

R. 48.569

T

1587

Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados.
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.
Universidad Complutense de Madrid.

**Análisis de la distribución de productos como instrumento de
concentración económico-empresarial de las sociedades cooperativas en
España.**



Tesis Doctoral que presenta: M^a Inmaculada BUENDÍA MARTÍNEZ.

Director: Prof. Dr. Carlos GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ.

Tutor: Prof. Dr. Miguel MARTÍN DÁVILA.

Pozuelo de Alarcón (Madrid), 1997.

AGRADECIMIENTOS

AGRADECIMIENTOS

La finalización, por el momento, del presente trabajo se debe al apoyo de muchas personas e instituciones. A todas ellas mi agradecimiento, aunque estas palabras son una expresión mínima de mi gratitud.

En primer lugar, mi más profundo y sincero agradecimiento al Prof. Dr. Carlos GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ y al Prof. Dr. Miguel MARTÍN DÁVILA, Director y Tutor, respectivamente, de esta tesis, por su apoyo, su tenacidad, sus sugerencias y sobre todo, su paciencia.

En segundo lugar, quiero agradecer por su respaldo a los componentes de la Escuela de Estudios Cooperativos y del Departamento de "Comercialización e Investigación de Mercados" ambos de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Complutense de Madrid; y del Departamento de "Economía de la Empresa" de la Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de la Universidad Carlos III de Madrid, donde desarrollo mi actividad como docente.

En tercer lugar, mi agradecimiento al Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación por la beca que me concedió para la realización de esta Tesis Doctoral y por el constante apoyo y ayuda bibliográfica y personal.

En cuarto lugar, y en relación con el objeto de estudio, mi agradecimiento al movimiento cooperativo español, en general; a la Confederación Española de Cooperativas de Consumidores y Usuarios (HISPACOOOP), a la Unión de Detallistas Españoles (UNIDE) S. Coop., y a la Unión Nacional de Cooperativas de Consumidores y Usuarios de España (UNCCUE), en particular, por el apoyo y la información que me han facilitado, permitiéndome participar en diferentes foros y reuniones especializadas.

En quinto, y último lugar, no por ser menos importantes, quiero agradecer a mis padres, hermano y amigos/as por lo que es más que evidente...

PRÓLOGO

PRÓLOGO

1.- Objetivos.

El presente estudio es una adaptación de una disciplina: la Administración de Empresas, a un tipo particular de empresa, la sociedad cooperativa, desde la óptica de la distribución. Por tanto, como tal, debe ayudar sistemáticamente a la toma de decisiones, con los criterios que marcan, bajo la hipótesis de racionalidad, los socios.

Con este trabajo se pretenden analizar las implicaciones de la presencia de sociedades cooperativas en los canales de distribución; concretamente su mejora. Para ello se tratan las dos manifestaciones visibles: la calidad y el precio de los productos a través de los correspondientes estudios del consumerismo y de la formación del precio de los productos, respectivamente, que se contemplan en los apartados:

- 2.3.3.1. La participación de los socios y de la sociedad cooperativa en la protección de los derechos de los consumidores y su influencia en la distribución de los productos.
- 2.3.3.2. La formación del precio de venta de los productos en los canales de distribución, cuando, al menos, una sociedad cooperativa participa como intermediario.

Por otro lado, en este trabajo se discute el hecho económico de la distribución como mecanismo de intercooperación entre sociedades cooperativas a través de diferentes manifestaciones de la concentración empresarial que pueden utilizar este tipo de empresas.

El estudio se centra en el ámbito del Estado español, sobre todo en lo que respecta al marco legal específico de las sociedades cooperativas por ser el del Estado español el más amplio y aplicable donde no haya legislación autonómica y con carácter subsidiario donde la haya, aunque se hace referencia a las Comunidades Autónomas españolas

cuando presentan alguna particularidad o novedad. En consecuencia el trabajo también trata el proyecto normativo de regulación de la sociedad cooperativa europea.

Por último, este trabajo constituye el principio de una línea de investigación que pretende analizar el funcionamiento y los aspectos diferenciales de la sociedad cooperativa respecto al resto de empresas capitalistas convencionales.

2.- Método.

Para la realización del trabajo que se presenta se ha procedido al análisis de un amplio soporte documental obtenido a través de distintas fuentes:

1.- Documentación:

- Bibliografía genérica y específica.
- Consulta a bases de datos.
- Informes y memorias confeccionadas por entes, públicos y privados, y por las propias sociedades cooperativas.

2.- Asistencia a cursos, seminarios y foros de debate específicos, organizados por el movimiento cooperativo español, los centros de investigación, las Administración Públicas y las propias sociedades cooperativas.

3.- Visitas a empresas y entrevistas con directores y socios de las sociedades cooperativas.

3.- Estructura.

El trabajo se compone de seis partes:

1.- Introducción y fundamentos.

2.- Análisis funcional de la sociedad cooperativa como empresa de distribución de productos.

3.- La concentración económico-empresarial de las sociedades cooperativas a través de las actividades de los productos.

4.- Conclusiones.

5.- Anexo: El marco institucional de las sociedades cooperativas.

6.- Bibliografía.

La primera parte constituye los fundamentos de los que parte el estudio y consta de dos epígrafes, que pretenden delimitar el concepto de las empresas objeto de estudio.

- El primer epígrafe contiene una aproximación al concepto de sociedad cooperativa como empresa de participación, realizando un estudio de las reglas de funcionamiento específicas de este tipo de empresas, los principios cooperativos, y de su tipología.
- El segundo epígrafe se ocupa de las distintas etapas y modalidades del proceso formal de constitución y disolución de las sociedades cooperativas.

La segunda parte del trabajo trata del análisis de los flujos que forman la sociedad cooperativa: los informativo-decisionales, los reales y los financieros.

- El primer epígrafe es el relativo a los flujos informativo-decisionales, y pone de manifiesto los tipos de estructuras que forman la sociedad cooperativa: la orgánica y la administrativa, estudiando los distintos órganos o unidades que las componen. Con base en lo anterior, se analiza la participación de los socios en estos flujos, partiendo del concepto genérico y de la base de la participación en este tipo de empresas. Asimismo se discuten los factores que pueden menoscabar la participación democrática de los socios en el proceso de toma de decisiones; aspectos para el que se proponen una serie de requerimientos para el funcionamiento eficiente de la sociedad cooperativa.
- El segundo epígrafe analiza los flujos financieros de la sociedad cooperativa. Se parte de los objetivos financieros de este tipo de empresas, para pasar al estudio de la formación y la distribución del resultado económico, de la estructura financiera de la sociedad cooperativa, haciendo especial referencia a las particularidades de las

partidas específicas de la sociedad cooperativa respecto de otro tipo de empresas capitalistas convencionales; y de la rentabilidad financiera de los socios.

- El tercer epígrafe trata de los flujos reales. Estudia la función de las sociedades cooperativas en los canales de distribución de los productos. Concretamente se analiza la participación de la sociedad cooperativa en el movimiento consumerista, desde una doble perspectiva: como empresa de distribución de productos y como asociación no convencional de consumidores; y la formación del precio de los productos en los canales de distribución cuando, al menos, una sociedad cooperativa participa como intermediario con base en la rentabilidad económica decidida democráticamente por los socios.

La tercera parte se centra en los aspectos relacionados con el fenómeno de la concentración económico-empresarial de las sociedades cooperativas.

- En primer lugar se estudia el concepto de concentración económico-empresarial y las necesidades de las sociedades cooperativas para acometer procesos de concentración económico-empresarial. Estas necesidades se clasifican en genéricas, internas y externas, que afectan a todo tipo de empresas; y específicas, que afectan exclusivamente a las sociedades cooperativas.

Por otro lado, se examinan las limitaciones legales que afectan a los procesos de concentración entre empresas.

- En segundo lugar se analiza la formación de conglomerados de sociedades cooperativas a través de sistemas integrados de distribución, tanto horizontales como verticales, así como las limitaciones y los requerimientos para la formación de dichos conglomerados. Por otro lado, se estudian las sinergias que la formación de conglomerados cooperativos tienen sobre los consumidores finales, los socios, las sociedades cooperativas, los productos y el sistema comercial; y las distintas fórmulas de concentración sin y con vinculación patrimonial que las sociedades cooperativas pueden utilizar para constituir conglomerados cooperativos.

La cuarta parte del trabajo recoge las conclusiones a lo largo de tres epígrafes que se corresponden con las tres partes precedentes.

Adicionalmente se incorpora un anexo que recoge el marco institucional, tanto de las Administraciones Públicas como de las organizaciones representativas de las sociedades cooperativas, en España y en la Unión Europea.

Por último, se relaciona la bibliografía utilizada para la realización del trabajo de investigación.

ÍNDICE

ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS.....	i
PRÓLOGO.....	ii
ÍNDICE.....	I

1. INTRODUCCIÓN Y FUNDAMENTOS.....	1
1.1. La sociedad cooperativa.....	1
1.1.1. La sociedad cooperativa como empresa.....	1
1.1.1.1. El concepto de empresa.....	1
1.1.1.1.1. Los objetivos de la empresa.....	2
1.1.1.1.2. Los principios de la empresa.....	3
1.1.2. La sociedad cooperativa como elemento del conjunto de empresas de participación.....	4
1.1.2.1. Las empresas de participación.....	4
1.1.2.1.1. El concepto y las características de las empresas de participación.....	4
1.1.2.1.2. La tipología de las empresas de participación.....	5
1.1.2.1.2.1. La sociedad anónima laboral (SAL).....	8
1.1.2.1.2.2. La sociedad agraria de transformación (SAT).....	8
1.1.2.1.2.3. La mutua de seguros.....	9
1.1.2.1.2.4. La mutualidad de previsión social.....	10
1.1.2.1.2.5. La cofradía de pescadores.....	10
1.1.2.1.2.6. La sociedad cooperativa.....	11
1.1.2.1.2.6.1. El concepto de sociedad cooperativa.....	11
1.1.2.1.2.6.1.1. La sociedad cooperativa como sociedad de personas.....	12
1.1.2.1.2.6.1.2. La sociedad cooperativa como empresa de empresarios.....	12
1.1.2.1.2.6.1.3. La sociedad cooperativa como forma de asociacionismo democrático.....	13
1.1.2.1.2.6.1.4. La sociedad cooperativa como fórmula jurídica.....	13
1.1.2.1.2.6.1.4.1. La discusión sobre el carácter jurídico de la sociedad cooperativa.....	15
1.1.2.1.2.6.1.5. Una referencia a la sociedad cooperativa europea.....	17
1.1.2.1.2.6.2. El origen y la evolución de la sociedad cooperativa.....	18
1.1.2.1.2.6.2.1. El pensamiento cooperativo y asociativo.....	19
1.1.2.1.2.6.2.2. La constitución de la primera sociedad cooperativa: la <i>Rochdale Society of Equitable Pioneers</i>	19
1.1.2.1.2.6.2.3. Las principales tendencias cooperativas.....	20
1.1.2.1.2.6.3. Los principios cooperativos.....	20
1.1.2.1.2.6.3.1. Los principios cooperativos vigentes en la actualidad.....	22
1.1.2.1.2.6.3.1.1. El principio de puerta abierta.....	22
1.1.2.1.2.6.3.1.2. El principio de democracia en la toma de decisiones.....	23
1.1.2.1.2.6.3.1.2.1. El voto plural ponderado.....	23
1.1.2.1.2.6.3.1.3. El principio de participación económica de los socios.....	25
1.1.2.1.2.6.3.1.3.1. La justicia en la distribución de los resultados.....	25
1.1.2.1.2.6.3.1.3.2. La limitación del interés para las aportaciones de capital.....	26
1.1.2.1.2.6.3.1.4. El principio de autonomía e independencia.....	27
1.1.2.1.2.6.3.1.5. El principio de educación y formación.....	27
1.1.2.1.2.6.3.1.6. El principio de intercooperación.....	28
1.1.2.1.2.6.3.1.7. El principio de interés por la comunidad.....	28
1.1.2.1.2.6.3.2. Los principios cooperativos y su inclusión en la legislación sobre sociedades cooperativas.....	29
1.1.2.1.2.6.4. La tipología de la sociedad cooperativa.....	31
1.1.2.1.2.6.4.1. La tipología de la sociedad cooperativa según la legislación.....	31
1.1.2.1.2.6.4.2. La tipología de la sociedad cooperativa atendiendo a la participación del socio en el proceso de producción y distribución de bienes y servicios.....	35
1.1.2.1.2.6.4.3. La tipología de la sociedad cooperativa atendiendo al sector económico de actividad.....	36

1.1.2.2. La denominada "economía social": concepto y contenido.....	37
1.1.2.2.1. El concepto de "economía social".....	37
1.1.2.2.2. El origen y la evolución de la "economía social".....	39
1.1.2.2.3. Las características de la "economía social".....	39
1.1.2.2.4. La "economía social" en España.....	40
1.2. El proceso de constitución y disolución de la sociedad cooperativa.....	41
1.2.1. El proceso formal de constitución de la sociedad cooperativa.....	41
1.2.1.1. La constitución de la sociedad cooperativa.....	41
1.2.1.1.1. La constitución de la sociedad cooperativa como creación <i>ex novo</i>	42
1.2.1.1.1.1. La obtención de la certificación acreditativa de no haber otra sociedad cooperativa registrada con la misma denominación.....	42
1.2.1.1.1.2. La asamblea constituyente.....	43
1.2.1.1.1.3. La inscripción en el Registro de Cooperativas de la escritura pública de constitución.....	44
1.2.1.1.1.3.1. La solicitud de calificación previa del proyecto de estatutos sociales.....	44
1.2.1.1.1.3.2. La escritura pública de constitución.....	45
1.2.1.1.1.3.3. La inscripción de la escritura pública de constitución.....	46
1.2.1.1.2. La constitución de la sociedad cooperativa como resultado de la transformación de otras sociedades.....	46
1.2.1.1.2.1. La constitución de la sociedad cooperativa como resultado de la transformación de empresas de participación.....	47
1.2.1.1.2.2. La constitución de la sociedad cooperativa como resultado de la transformación de empresas capitalistas convencionales.....	48
1.2.1.1.2.2.1. La transformación de la sociedad de responsabilidad limitada en sociedad cooperativa.....	48
1.2.1.1.2.2.2. La transformación de la sociedad cooperativa en sociedad de responsabilidad limitada.....	50
1.2.1.1.3. La constitución de la sociedad cooperativa como resultado de concentración con vinculación patrimonial.....	51
1.2.2. El proceso de disolución de la sociedad cooperativa.....	51
1.2.2.1. El proceso formal de disolución de la sociedad cooperativa.....	53
1.2.2.1.1. La celebración de la asamblea general extraordinaria.....	53
1.2.2.1.2. La formalización del acuerdo de disolución en escritura pública.....	53
1.2.2.1.3. La inscripción de la escritura pública.....	53
2. ANÁLISIS FUNCIONAL DE LA SOCIEDAD COOPERATIVA COMO EMPRESA DE DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS.....	56
2.1. Los flujos informativo-decisionales en la sociedad cooperativa como empresa de distribución de productos.....	56
2.1.1. El concepto de flujos informativo-decisionales.....	56
2.1.2. La estructura formal de la sociedad cooperativa.....	57
2.1.2.1. El concepto de estructura formal.....	57
2.1.2.1.1. La autoridad formal.....	59
2.1.2.2. La estructura orgánica de la sociedad cooperativa.....	59
2.1.2.2.1. Los órganos de participación de los socios en la sociedad cooperativa.....	60
2.1.2.2.1.1. La asamblea general.....	60
2.1.2.2.1.1.1. La asamblea general de delegados.....	61
2.1.2.2.1.2. El consejo rector.....	62
2.1.2.2.1.3. Los interventores de cuentas.....	63
2.1.2.2.1.4. El comité de recursos.....	63
2.1.2.2.1.5. El comité de empresa.....	63
2.1.2.2.1.6. Los otros órganos.....	64
2.1.2.2.1.6.1. La comisión de control de la gestión.....	64
2.1.2.2.1.6.2. La comisión de vigilancia.....	65
2.1.2.2.1.6.3. El consejo social.....	65
2.1.2.2.2. Una referencia a la estructura orgánica de la sociedad cooperativa europea.....	66
2.1.2.2.2.1. El sistema monista.....	66
2.1.2.2.2.2. El sistema dualista.....	66

2.1.2.3. La estructura administrativa de la sociedad cooperativa.....	67
2.1.2.3.1. Las secciones de las sociedades cooperativas.....	68
2.1.2.3.1.1. El concepto de sección.....	68
2.1.2.3.1.2. Las características de la sección.....	68
2.1.2.3.2. El director en la sociedad cooperativa.....	70
2.1.2.3.2.1. El concepto de dirección como función conductora.....	70
2.1.2.3.2.2. Las características del director en la sociedad cooperativa.....	71
2.1.2.3.2.3. Los requerimientos del director de la sociedad cooperativa.....	72
2.1.2.3.2.4. El gerente de la sociedad cooperativa.....	72
2.1.3. La participación de los socios en los flujos informativo-decisionales.....	73
2.1.3.1. La participación de los socios en la estructura orgánica de la sociedad cooperativa.....	73
2.1.3.1.1. El concepto de participación.....	73
2.1.3.1.2. La base de la participación en los flujos informativo-decisionales.....	74
2.1.3.1.3. El menoscabo de la participación democrática en la sociedad cooperativa.....	76
2.1.3.1.3.1. La heterogeneidad en la participación de los socios en la sociedad cooperativa.....	76
2.1.3.1.3.2. El peligro de los socios personas jurídicas en la sociedad cooperativa.....	77
2.1.3.1.3.3. La participación de los acreedores externos en la fijación de los objetivos de la sociedad cooperativa.....	80
2.1.3.1.3.4. La participación de los asalariados en la fijación de los objetivos de la sociedad cooperativa.....	83
2.1.3.2. La participación de los socios en la estructura administrativa de la sociedad cooperativa.....	86
2.1.3.3. Los problemas de la participación eficiente en la sociedad cooperativa.....	87
2.1.3.3.1. La eficiencia en el proceso de toma de decisiones de la sociedad cooperativa.....	87
2.1.3.3.2. Las limitaciones a la eficiencia en la sociedad cooperativa.....	87
2.1.3.3.2.1. El problema de la doble condición de los socios en la sociedad cooperativa.....	87
2.1.3.3.2.1.1. El conflicto de poder entre los socios y los directores.....	88
2.1.3.4. Los requerimientos para la eficiencia de la sociedad cooperativa.....	89
2.1.3.4.1. La homogeneidad de los socios por su contribución a los flujos reales.....	89
2.1.3.4.1.1. Las secciones.....	89
2.1.3.4.1.2. Los procesos de desvinculación patrimonial.....	89
2.1.3.4.1.3. La limitación del principio cooperativo de puertas abiertas.....	90
2.1.3.4.2. La participación efectiva de los socios en la estructura orgánica.....	90
2.1.3.4.3. Otros requerimientos para la eficiencia de la sociedad cooperativa.....	92
2.1.3.4.3.1. La información.....	92
2.1.3.4.3.2. La comunicación.....	92
2.1.3.4.3.3. La educación y la formación.....	92
2.2. Los flujos financieros en la sociedad cooperativa como empresa de distribución de productos.....	94
2.2.1. El concepto de flujos financieros.....	94
2.2.2. Los objetivos financieros de la sociedad cooperativa.....	94
2.2.3. La formación del excedente en la sociedad cooperativa.....	96
2.2.3.1. El concepto de excedente en la sociedad cooperativa.....	96
2.2.3.2. Los tipos de excedentes cooperativos.....	97
2.2.3.2.1. El excedente ordinario por operaciones con los socios.....	98
2.2.3.2.2. El excedente ordinario por operaciones con terceros no socios.....	98
2.2.3.2.3. El excedente extraordinario.....	99
2.2.4. La distribución del excedente en la sociedad cooperativa.....	100
2.2.4.1. La distribución del excedente positivo.....	100
2.2.4.1.1. La distribución del excedente ordinario positivo por operaciones con los socios.....	100
2.2.4.1.2. La distribución del excedente ordinario positivo por operaciones con terceros no socios y del excedente extraordinario positivo.....	103
2.2.4.2. La distribución del excedente negativo.....	104
2.2.4.2.1. La distribución del excedente ordinario negativo por operaciones con los socios.....	104
2.2.4.2.2. La distribución del excedente ordinario negativo por operaciones con terceros no socios y del excedente extraordinario negativo.....	105

2.2.5. La estructura financiera de la sociedad cooperativa.....	105
2.2.5.1. La financiación propia.....	106
2.2.5.1.1. La financiación propia interna y externa.....	106
2.2.5.1.1.1. El "Fondo de Reserva Obligatorio".....	106
2.2.5.1.1.1.1. El carácter irrepartible del "Fondo de Reserva Obligatorio".....	108
2.2.5.1.1.2. El "Fondo de Educación y Promoción".....	109
2.2.5.1.2. La financiación propia interna.....	110
2.2.5.1.2.1. El "Fondo de Reserva Voluntario".....	110
2.2.5.1.2.2. La "Regularización de Balances".....	111
2.2.5.1.2.3. La "Actualización de Aportaciones".....	112
2.2.5.2. La financiación ajena.....	113
2.2.5.2.1. La financiación ajena interna y externa.....	113
2.2.5.2.1.1. El "Capital Social".....	113
2.2.5.2.1.1.1. Los requisitos y las limitaciones al "Capital Social".....	117
2.2.5.2.1.2. El "Fondo Regulado por la Asamblea General".....	118
2.2.5.2.2. La financiación ajena externa.....	119
2.2.5.2.2.1. Los "Préstamos Voluntarios de los Socios".....	119
2.2.5.2.2.2. Los "Empréstitos de Obligaciones".....	120
2.2.5.2.2.3. Los "Socios Proveedores de Materiales".....	121
2.2.5.2.2.4. Los "Anticipos de Socios Clientes".....	121
2.2.5.2.2.5. Otras formas de financiación externa.....	121
2.2.6. Una referencia a la sociedad cooperativa europea.....	123
2.2.6.1. La distribución del resultado.....	123
2.2.6.2. La estructura financiera.....	124
2.2.7. La participación de los socios en los flujos financieros.....	125
2.2.7.1. Las prestaciones por la participación del socio de la sociedad cooperativa en los flujos financieros.....	125
2.2.7.2. Las contraprestaciones del socio de la sociedad cooperativa por su participación en los flujos financieros.....	125
2.3. Los flujos reales en la sociedad cooperativa como empresa de distribución de productos....	130
2.3.1. El concepto de flujos reales en la sociedad cooperativa.....	130
2.3.2. Los canales de distribución de los productos.....	130
2.3.2.1. El concepto de canal de distribución.....	130
2.3.2.2. Los elementos del canal de distribución: los intermediarios.....	131
2.3.2.2.1. El concepto de intermediario.....	131
2.3.2.2.2. Las funciones de los intermediarios.....	131
2.3.2.2.3. Tipología de los intermediarios.....	132
2.3.2.2.3.1. Los mayoristas.....	132
2.3.2.2.3.2. Los minoristas.....	132
2.3.2.2.3.3. Otros intermediarios.....	133
2.3.2.2.3.3.1. El agente.....	133
2.3.2.2.3.3.2. El comisionista.....	133
2.3.2.2.3.3.3. El corredor.....	134
2.3.2.3. Tipología de los canales de distribución de los productos.....	134
2.3.2.3.1. Los canales de distribución de los bienes.....	134
2.3.2.3.2. Los canales de distribución de los servicios.....	137
2.3.3. La participación de las sociedades cooperativas en los canales de distribución.....	138
2.3.3.1. La participación de la sociedad cooperativa en la protección de los derechos de los consumidores y su influencia en la distribución de los productos.....	138
2.3.3.1.1. La influencia de los hábitos de los consumidores en la distribución de los productos.....	139
2.3.3.1.2. Las sociedades cooperativas integrantes del movimiento consumerista.....	141
2.3.3.1.2.1. El concepto del movimiento consumerista.....	141
2.3.3.1.2.2. El origen del movimiento consumerista.....	142
2.3.3.1.2.2.1. El origen del movimiento consumerista en España.....	143
2.3.3.1.2.3. Las causas del nacimiento del movimiento consumerista.....	144
2.3.3.1.2.4. Los objetivos del movimiento consumerista.....	145

2.3.3.1.2.5. El marco legal e institucional del consumerismo en España.....	146
2.3.3.1.2.5.1. El marco legal del consumerismo en España.....	146
2.3.3.1.2.5.2. El marco institucional del consumerismo en España.....	148
2.3.3.1.2.5.2.1. Las entidades dependientes de las Administraciones Públicas encargadas de asuntos de consumo.....	149
2.3.3.1.2.5.2.2. Las asociaciones convencionales de consumidores.....	152
2.3.3.1.2.6. Las sociedades cooperativas de consumidores como organizaciones del movimiento consumerista.....	153
2.3.3.1.2.6.1. Los principios cooperativos y los derechos de los consumidores.....	157
2.3.3.1.2.6.1.1. La protección contra los riesgos que pueden afectar a la salud o a la seguridad.....	157
2.3.3.1.2.6.1.2. La protección de los intereses económicos y sociales.....	158
2.3.3.1.2.6.1.3. El derecho a la información correcta sobre los bienes y servicios que los consumidores adquieran.....	158
2.3.3.1.2.6.1.4. El derecho a la educación y a la formación en materia de consumo.....	160
2.3.3.1.2.6.1.5. El derecho de representación, consulta y participación.....	160
2.3.3.1.2.6.2. El doble carácter de las sociedades cooperativas de consumidores.....	160
2.3.3.1.2.6.2.1. Las sociedades cooperativas de consumidores como empresas de distribución de productos.....	160
2.3.3.1.2.6.2.2. Las sociedades cooperativas de consumidores como asociaciones no convencionales de consumidores.....	162
2.3.3.1.2.6.2.2.1. La limitación legal de las sociedades cooperativas de consumidores como asociaciones de consumidores.....	163
2.3.3.1.2.6.2.2.2. La participación de las sociedades cooperativas de consumidores como organización de consumidores en las instituciones públicas encargadas de la defensa de los derechos de los consumidores.....	164
2.3.3.1.2.6.2.2.2.1. El Consejo de los Consumidores y Usuarios de España.....	165
2.3.3.1.2.6.2.2.2.2. El Sistema Arbitral de Consumo.....	168
2.3.3.2. La formación del precio de venta de los productos en los canales de distribución cuando, al menos, una sociedad cooperativa participa como intermediario.....	169
2.3.3.2.1. Introducción.....	169
2.3.3.2.1.1. El concepto de precio.....	169
2.3.3.2.1.2. Los factores que influyen en la determinación del precio de los productos en los canales de distribución.....	170
2.3.3.2.1.3. La formación del precio de los productos en los canales de distribución con base en el margen comercial neto unitario de los intermediarios.....	171
2.3.3.2.1.3.1. El margen comercial neto unitario.....	173
2.3.3.2.1.3.2. La formación del precio de venta de los productos con base en el margen comercial neto unitario de los intermediarios.....	175
2.3.3.2.2. Los objetivos perseguidos y el planteamiento metodológico.....	177
2.3.3.2.2.1. Los socios de la sociedad cooperativa han de recibir la máxima riqueza a través de la rentabilidad financiera y económica.....	178
2.3.3.2.2.1.1. La rentabilidad financiera del socio.....	178
2.3.3.2.2.1.2. La rentabilidad económica del socio.....	179
2.3.3.2.2.1.2.1. La rentabilidad económica del socio de una sociedad cooperativa de proveedores.....	180
2.3.3.2.2.1.2.2. La rentabilidad económica del socio de una sociedad cooperativa de consumidores.....	185
2.3.3.2.2.2. La mejora del funcionamiento del canal de distribución desde el punto de vista de los consumidores finales.....	186
2.3.3.2.3. La política de establecimiento de los márgenes comerciales netos unitarios de la sociedad cooperativa.....	189
2.3.3.2.3.1. La formación del precio de los productos que distribuye una sociedad cooperativa de proveedores.....	190
2.3.3.2.3.2. La formación del precio de los productos que distribuye una sociedad cooperativa de consumidores.....	195

3. LA CONCENTRACIÓN ECONÓMICO-EMPRESARIAL DE LAS SOCIEDADES COOPERATIVAS A TRAVÉS DE LAS ACTIVIDADES DE DISTRIBUCIÓN DE LOS PRODUCTOS.....	198
3.1. El concepto de concentración económico-empresarial.....	198
3.2. Análisis de las necesidades de las sociedades cooperativas para entrar en procesos genéricos de concentración económico empresarial.....	198
3.2.1. Las necesidades genéricas.....	199
3.2.1.1. Las necesidades genéricas internas.....	199
3.2.1.1.1. La regla empresarial del crecimiento.....	199
3.2.1.1.1.1. El concepto de la regla empresarial del crecimiento.....	199
3.2.1.1.1.2. Las limitaciones a la regla empresarial del crecimiento en las sociedades cooperativas.....	199
3.2.1.1.1.2.1. El número de socios.....	199
3.2.1.1.1.2.2. La limitación de la actividad de la sociedad cooperativa con terceros no socios.....	200
3.2.1.1.1.3. Las estrategias de crecimiento.....	202
3.2.1.1.1.3.1. Las estrategias de expansión.....	202
3.2.1.1.1.3.2. Las estrategias de diversificación.....	202
3.2.1.1.2. La consecución de sinergias empresariales.....	203
3.2.1.1.2.1. El concepto de sinergia.....	203
3.2.1.1.2.2. La medición de la sinergia.....	204
3.2.1.2. Las necesidades genéricas externas.....	206
3.2.1.2.1. La globalización de la economía.....	207
3.2.1.2.2. Los cambios tecnológicos.....	208
3.2.1.2.3. Los cambios en los hábitos de los consumidores.....	208
3.2.2. Las necesidades específicas: el principio cooperativo de intercooperación.....	209
3.2.2.1. El concepto del principio cooperativo de intercooperación.....	209
3.2.2.2. Los objetivos del principio cooperativo de intercooperación.....	210
3.2.2.2.1. La viabilidad económico-financiera del proyecto de concentración.....	210
3.2.2.2.2. El mantenimiento de los principios cooperativos.....	210
3.2.2.2.3. La capacidad de influir en el entorno.....	211
3.3. Las limitaciones legales a los procesos de concentración económico-empresarial.....	211
3.4. Los conglomerados de sociedades cooperativas.....	214
3.4.1. El concepto de conglomerado.....	214
3.4.2. La formación de los conglomerados de sociedades cooperativas.....	214
3.4.2.1. Los sistemas integrados de distribución a través de sociedades cooperativas.....	215
3.4.2.1.1. El concepto de sistema integrado de distribución.....	215
3.4.2.1.2. Los tipos de sistemas integrados de distribución.....	216
3.4.2.1.2.1. El sistema integrado de distribución horizontal.....	216
3.4.2.1.2.1.1. El concepto de sistema integrado de distribución horizontal.....	216
3.4.2.1.2.1.2. Los tipos de sistemas integrados de distribución horizontales.....	216
3.4.2.1.2.1.3. Los objetivos del sistema integrado de distribución horizontal.....	217
3.4.2.1.2.2. El sistema integrado de distribución vertical.....	217
3.4.2.1.2.2.1. El concepto de sistema integrado de distribución vertical.....	217
3.4.2.1.2.2.2. Los tipos de sistemas integrados de distribución verticales.....	217
3.4.2.1.2.2.3. Los objetivos del sistema integrado de distribución vertical.....	218
3.4.2.1.3. La sociedad cooperativa como sistema integrado de distribución.....	219
3.4.2.1.3.1. La sociedad cooperativa como sistema integrado de distribución horizontal.....	220
3.4.2.1.3.2. La sociedad cooperativa como sistema integrado de distribución vertical.....	220
3.4.2.1.4. La formación de sistemas integrados de distribución entre sociedades cooperativas.....	221
3.4.2.2. Las entidades financieras cooperativas.....	224
3.4.3. Las limitaciones específicas a la formación de conglomerados de sociedades cooperativas.....	225
3.4.3.1. Las limitaciones de los socios a la formación de conglomerados de sociedades cooperativas.....	225
3.4.3.2. Las limitaciones de los directivos a la formación de conglomerados de sociedades cooperativas.....	226

3.4.4. Los requerimientos a la formación de conglomerados de sociedades cooperativas.....	226
3.4.4.1. Las fórmulas de concentración.....	226
3.4.4.2. Los directores de las sociedades cooperativas.....	227
3.4.4.3. Los socios de las sociedades cooperativas.....	228
3.4.5. Análisis de las sinergias como consecuencia de la formación de conglomerados de sociedades cooperativas a través en sistemas integrados de distribución.....	228
3.4.5.1. Análisis de las sinergias de naturaleza cuantitativa.....	230
3.4.5.1.1. Análisis de las sinergias de naturaleza cuantitativa desde el punto de vista de los socios y de los consumidores finales.....	234
3.4.5.1.1.1. La formación del precio de venta de los productos de las sociedades cooperativas cuando forman sistemas integrados de distribución.....	239
3.4.5.1.1.1.1. La formación del precio de venta de los productos cuando las sociedades cooperativas que forman el sistema integrado de distribución utilizan fórmulas con vinculación patrimonial.....	241
3.4.5.1.1.1.2. La formación del precio de venta de los productos cuando las sociedades cooperativas que forman el sistema integrado de distribución utilizan fórmulas sin vinculación patrimonial.....	243
3.4.5.1.2. Análisis de las sinergias de naturaleza cuantitativa desde el punto de vista de las sociedades cooperativas.....	247
3.4.5.2. Análisis de las sinergias de naturaleza cualitativa.....	250
3.4.5.2.1. Análisis de las sinergias de naturaleza cualitativa sobre los productos.....	250
3.4.5.2.2. Análisis de las sinergias de naturaleza cualitativa sobre el sistema comercial.....	250
3.4.5.2.2.1. Sobre el mercado.....	251
3.4.5.2.2.2. Sobre las relaciones entre los miembros de los canales de distribución de los productos.....	251
3.5. Análisis de las fórmulas de concentración para la formación de conglomerados cooperativos.....	255
3.5.1. Las fórmulas de concentración económico-empresarial sin vinculación patrimonial.....	256
3.5.1.1. Las fórmulas de concentración económico-empresarial sin vinculación patrimonial de carácter genérico.....	257
3.5.1.1.1. Por razón funcional.....	257
3.5.1.1.1.1. La unión temporal de empresas.....	257
3.5.1.1.1.1.1. El concepto de la unión temporal de empresas.....	257
3.5.1.1.1.1.2. Las características de la unión temporal de empresas.....	258
3.5.1.1.1.1.3. La evaluación de la unión temporal de empresas en lo que afecta a la distribución.....	259
3.5.1.1.1.2. La agrupación de interés económico.....	259
3.5.1.1.1.2.1. El concepto de agrupación de interés económico.....	259
3.5.1.1.1.2.2. Las características de la agrupación de interés económico.....	260
3.5.1.1.1.2.3. Evaluación de la agrupación de interés económico en lo que afecta a la distribución.....	261
3.5.1.1.1.3. La sociedad de garantía recíproca.....	262
3.5.1.1.1.3.1. El concepto de la sociedad de garantía recíproca.....	263
3.5.1.1.1.3.2. Las características de la sociedad de garantía recíproca.....	263
3.5.1.1.1.3.3. Evaluación de la sociedad de garantía recíproca en lo que afecta a la distribución.....	264
3.5.1.1.2. Por razón de dirección.....	265
3.5.1.1.2.1. El grupo de empresas.....	265
3.5.1.1.2.1.1. El concepto de grupo de empresas.....	265
3.5.1.1.2.1.2. Las características del grupo de empresas.....	265
3.5.1.1.2.1.3. Evaluación de los grupos de empresa en lo que afecta a la distribución.....	266
3.5.1.1.3. Por razón funcional y de dirección.....	269
3.5.1.1.3.1. La sociedad de empresas.....	269
3.5.1.1.3.1.1. El concepto de sociedad de empresas.....	269
3.5.1.1.3.1.2. Las características de la sociedad de empresas.....	269
3.5.1.1.3.1.3. Evaluación de la sociedad de empresas en lo que afecta a la distribución.....	269

3.5.1.2. Las fórmulas de concentración económico-empresarial sin vinculación patrimonial de carácter genérico.....	270
3.5.1.2.1. Por razón funcional.....	270
3.5.1.2.1.1. La sociedad cooperativa de segundo o ulterior grado.....	270
3.5.1.2.1.1.1. El concepto de sociedad cooperativa de segundo o ulterior grado.....	271
3.5.1.2.1.1.2. Las características de la sociedad cooperativa de segundo o ulterior grado.....	271
3.5.1.2.1.1.3. Evaluación de la sociedad cooperativa de segundo o ulterior grado en lo que afecta a la distribución.....	272
3.5.1.2.1.2. La sociedad cooperativa de integración.....	275
3.5.1.2.1.2.1. El concepto de sociedad cooperativa de integración.....	275
3.5.1.2.1.2.2. Las características de la sociedad cooperativa de integración.....	275
3.5.1.2.1.2.3. Evaluación de la sociedad cooperativa de integración en lo que afecta a la distribución.....	276
3.5.1.2.2. Por razón de dirección.....	276
3.5.1.2.2.1. El grupo de sociedades cooperativas.....	276
3.5.1.2.2.1.1. El concepto de grupo de sociedades cooperativas.....	276
3.5.1.2.2.1.2. Las características de los grupos de sociedades cooperativas.....	276
3.5.1.2.2.1.3. Evaluación de los grupos de sociedades cooperativas en lo que afecta a la distribución.....	278
3.5.1.2.2.2. La unión, la federación y la confederación.....	279
3.5.1.2.2.2.1. El concepto de la unión, la federación y la confederación.....	279
3.5.1.2.2.2.2. Las características de la unión, la federación y la confederación.....	279
3.5.1.2.2.2.1. Evaluación de la unión, la federación y la confederación.....	281
3.5.1.2.3. Por razón funcional y de dirección.....	282
3.5.1.2.3.1. La sociedad cooperativa de servicios.....	282
3.5.1.2.3.1.1. El concepto de sociedad cooperativa de servicios.....	282
3.5.1.2.3.1.2. Las características de la sociedad cooperativa de servicios.....	282
3.5.1.2.3.1.3. Evaluación de la sociedad cooperativa de servicios en lo que se refiere a la distribución.....	283
3.5.2. Las fórmulas de concentración económico-empresarial con vinculación patrimonial.....	284
3.5.2.1. La vinculación patrimonial: la fusión entre sociedades cooperativas.....	284
3.5.2.1.1. El concepto de fusión.....	285
3.5.2.1.2. El procedimiento formal de fusión entre sociedades cooperativas.....	285
3.5.2.1.3. Valoración de la fusión entre sociedades cooperativas en lo que afecta a la distribución.....	287
3.5.2.2. La desvinculación patrimonial de las sociedades cooperativas.....	289
4. CONCLUSIONES.....	291
ANEXO: El marco institucional de las sociedades cooperativas.....	311
BIBLIOGRAFÍA CITADA.....	332

ÍNDICE DE CUADROS

Capítulo 1: Introducción y fundamentos.

Cuadro 1.1: Las características de las empresas de participación.....	6
Cuadro 1.2: El concepto de sociedad cooperativa en el ordenamiento jurídico español.....	14
Cuadro 1.3: Los principios cooperativos en el ordenamiento jurídico español.....	30
Cuadro 1.4: La tipología de las sociedades cooperativas según las legislaciones del Estado español.....	33
Cuadro 1.5: La tipología de las sociedades cooperativas atendiendo a la participación del socio en el proceso de producción y distribución.....	36
Cuadro 1.6: La clasificación de las entidades de la "economía social" en España.....	40
Cuadro 1.7: La constitución de la sociedad cooperativa como resultado de la transformación de otra sociedad.....	47

Capítulo 2: El análisis funcional de la sociedad cooperativa como empresa de distribución de productos.

Cuadro 2.1: Las características de las secciones en el ordenamiento jurídico de las Comunidades Autónomas españolas en materia de sociedades cooperativas.....	69
Cuadro 2.2: El principio democrático en la toma de decisiones en las distintas legislaciones del Estado español.....	75
Cuadro 2.3: La sociedad cooperativa como agrupación de personas físicas y jurídicas.....	78
Cuadro 2.4: La participación de los acreedores externos en la asamblea general de la sociedad cooperativa.....	82
Cuadro 2.5: La limitación de contratación de asalariados en la sociedad cooperativa de trabajo asociado.....	86
Cuadro 2.6: La cuantía mínima del "Capital Social" exigida por la legislación en las sociedades cooperativas.....	114
Cuadro 2.7: Los requisitos y las limitaciones a las aportaciones al "Capital Social".....	118
Cuadro 2.8: Las características de los bienes.....	135
Cuadro 2.9: Las Instituciones Públicas que defienden los derechos de los consumidores en España.....	150
Cuadro 2.10: La defensa de los derechos de los consumidores en las sociedades cooperativas de consumidores y usuarios.....	156
Cuadro 2.11: Las revistas cooperativas de información al consumidor.....	159
Cuadro 2.12: Las actividades consumeristas de las sociedades cooperativas de consumidores.....	162
Cuadro 2.13: La participación de las asociaciones de consumidores de ámbito nacional en el Consejo de los Consumidores y Usuarios de España.....	167

Capítulo 3: La concentración económico-empresarial de las sociedades cooperativas a través de las actividades de distribución de los productos.

Cuadro 3.1: Las operaciones de las sociedades cooperativas con terceros no socios.....	201
Cuadro 3.2: Los sistemas integrados de distribución entre sociedades cooperativas.....	239
Cuadro 3.3: Las fórmulas de concentración económico-empresarial sin vinculación patrimonial.....	256
Cuadro 3.4: Los beneficios fiscales de la unión temporal de empresas.....	259
Cuadro 3.5: Los beneficios fiscales de la sociedad de garantía recíproca.....	264
Cuadro 3.6: El grupo de empresas de ANECOOP, S.COOP.....	267
Cuadro 3.7: El grupo de empresas de la UNIÓN DE DETALLISTAS ESPAÑOLES (UNIDE) S.COOP.....	269
Cuadro 3.8: Los beneficios fiscales de la sociedad cooperativa de segundo grado.....	272
Cuadro 3.9: El número de socios, el ámbito de actuación y los tipos de socios de las organizaciones representativas de las sociedades cooperativas.....	280
Cuadro 3.10: Los beneficios fiscales de la unión, la federación y la confederación.....	281

ÍNDICE DE FIGURAS

Capítulo 1: Introducción y fundamentos.

Figura 1.1: Las formas de constitución de la sociedad cooperativa.....	42
Figura 1.2: El proceso de disolución de la sociedad cooperativa.....	52

Capítulo 2: El análisis funcional de la sociedad cooperativa como empresa de distribución de productos.

Figura 2.1: La estructura orgánica y administrativa de la sociedad cooperativa.....	58
Figura 2.2: Los canales de distribución de los bienes.....	136
Figura 2.3: Los canales de distribución de los servicios.....	137
Figura 2.4: La estructura vertical de un canal de distribución convencional.....	172

Capítulo 3: La concentración económico-empresarial de las sociedades cooperativas a través de las actividades de distribución de los productos.

Figura 3.1: Las sinergias de la formación de sistemas integrados de distribución entre sociedades cooperativas.....	229
Figura 3.2: La estructura del canal de distribución con un sistema integrado de distribución formando por sociedades cooperativas utilizando fórmulas con vinculación patrimonial.....	231
Figura 3.3: La estructura del canal de distribución con un sistema integrado de distribución vertical formado por sociedades cooperativas utilizando fórmulas sin vinculación patrimonial.....	233
Figura 3.4: La estructura del canal de distribución con un sistema integrado de distribución horizontal formado por sociedades cooperativas utilizando fórmulas sin vinculación patrimonial.....	234

INTRODUCCIÓN Y FUNDAMENTOS

1. Introducción y fundamentos.

En este epígrafe se procede a estudiar el concepto de sociedad cooperativa como núcleo del conjunto de empresas de participación, así como sus reglas específicas de funcionamiento y su tipología.

Por otro lado, se analiza el proceso formal de constitución y disolución de la sociedad cooperativa, haciendo especial referencia su creación como resultado de la transformación de empresas capitalistas convencionales.

1.1. La sociedad cooperativa.

1.1.1. La sociedad cooperativa como empresa.

1.1.1.1. El concepto de empresa.

La empresa puede ser definida y analizada desde diversas ópticas y disciplinas científicas, ya que se configura como una realidad compleja y multidisciplinar: económica, técnica, jurídica y psicosociológica; y cualquier análisis que contemple un solo aspecto se convierte en parcial y simplista¹.

La empresa, como organización socio-económica es "un conjunto de factores productivos coordinados, cuya función es producir"², estando condicionada por el entorno en el que se encuentra inmersa. Puede ser entendida como un sistema en el que se coordinan factores de producción, de comercialización y de financiación para obtener sus fines³.

¹ A.S. SUÁREZ SUÁREZ: **Orden económico y libertad**, Pirámide, Madrid, 1981, p. 50.

² A.S. SUÁREZ SUÁREZ: **Decisiones óptimas de inversión y financiación en la empresa**, Pirámide, Edición Decimoséptima, Madrid, 1995, p. 27.

³ E. PÉREZ GOROSTEGUI: **Economía de la empresa (Introducción)**, CEURA, Madrid, 1994, p. 4.

Por otro lado, la empresa es la única organización "que se ocupa de aumentar la utilidad de los bienes y servicios. Y esto se realiza mediante la función de producción y distribución de los productos"⁴.

Al objeto de este estudio, interesa la definición de la empresa como un sistema ordenado de flujos de perfecto funcionamiento⁵. Estos flujos son de tres tipos⁶:

- a) Los flujos informativo-decisionales, que engloban a los flujos reales y a los financieros, y hacen referencia a la dirección y la gestión de la sociedad cooperativa.
- b) Los flujos reales, en los que se desarrollan dos tipos de procesos: el de producción y el de distribución, ambos de bienes y servicios.
- c) Los flujos financieros, que son la otra cara de los flujos reales, y son de cobros (por ingresos y financiaciones) y de pagos (por gastos e inversiones).

Dentro del modelo finalista de la empresa, como es el enfoque de sistemas, se estudia cuales son los objetivos y las finalidades en la empresa, debido a que aquéllos van a determinar su funcionamiento y su comportamiento. Según este enfoque, la empresa es un sistema, y por tanto, un conjunto de elementos discretos interaccionados con el fin de alcanzar un objetivo común.

1.1.1.1.1. Los objetivos de la empresa.

En primer lugar es preciso distinguir el término fin o misión del término objetivo. Así, "la misión es la función básica de la organización en la sociedad, en términos de los bienes y servicios que ofrece a sus clientes"⁷.

⁴ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *El problema de la doble condición de los socios-trabajadores (socios-proveedores y socios-consumidores) ante la gerencia de la empresa cooperativa*, **Revista de Estudios Cooperativos (REVESCO)**, Ns. 56 y 57, 1988-1989, pp. 83-121, p. 87.

⁵ H. MINTZBERG: **La estructuración de las organizaciones**, Ariel, Barcelona, 1991, p. 63.

⁶ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *El problema...*, *opus cit.*, pp. 87-88.

⁷ H. MINTZBERG: **El poder en la organización**, Ariel, Barcelona, 1992, p. 6.

Los objetivos de cualquier empresa son múltiples; una clasificación es la que se basa en su naturaleza⁸: ideológicos, formales, compartidos y del sistema; que pone de manifiesto las interrelaciones entre los objetivos de las personas que forman parte de una organización, y los objetivos de ésta.

El establecimiento de los objetivos formales, debe ser tal que se consiga el equilibrio entre los objetivos individuales y los de la organización. Así, los individuos comparten de manera voluntaria unos objetivos comunes que son propiamente sus objetivos particulares; ya que, están presentes en todas las organizaciones y son: eficiencia, control, crecimiento y supervivencia⁹.

Sin embargo, el fin último de la empresa es la supervivencia; es decir, la finalidad de toda organización empresarial es trascender a los individuos que la hacen posible.

El resto de los objetivos empresariales no se pueden establecer si la empresa no sobrevive y no es capaz de desarrollarse y adaptarse a los cambios internos y externos; y ello, "sólo se alcanza con un permanente comportamiento de eficiencia"¹⁰.

1.1.1.1.2. Los principios de la empresa.

Para que la empresa sobreviva, debe comportarse de acuerdo con determinados principios empresariales susceptibles de varias formulaciones, entre las que se propone la que sigue¹¹:

- Los principios inmanentes:
 - La eficiencia de los flujos informativo-decisionales.
 - La productividad de los flujos reales.

⁸ *Ibid.*, pp. 289-343.

⁹ *Ibid.*, pp. 313-330.

¹⁰ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *El problema...*, *opus cit.*, p. 90.

¹¹ E. GUTENBERG: *Economía de la empresa. Teoría y práctica de la gestión empresarial*, Deusto, Bilbao, 1976, pp. 34-39.

R. MARRIS: *The Economic Theory of "Managerial Capitalism"*, Macmillan, London, 1967.

- La rentabilidad de los flujos financieros.
- Los principios trascendentes:
 - La innovación de la actividad empresarial o adaptación al entorno.
 - El crecimiento de la unidad económica.

Estos principios hacen referencia al comportamiento eficiente en el desarrollo de las funciones de la empresa; hacer máximas las satisfacciones haciendo mínimos los sacrificios para cada período de tiempo, así como la adaptación continua de la empresa al entorno¹².

1.1.2. La sociedad cooperativa como elemento del conjunto de empresas de participación.

1.1.2.1. Las empresas de participación.

1.1.2.1.1. El concepto y las características de las empresas de participación¹³.

Para aproximarse al concepto de empresa de participación, es preciso tener en cuenta que son empresas que como cualquier otra realizan una actividad empresarial; y se caracterizan por lo que sigue:

- Son empresas privadas, capitalistas no convencionales y de carácter mercantil, que realizan cualquier tipo de actividad empresarial.
- Son empresas constituidas por empresarios, socios, que participan de manera activa en los tres tipos de flujos que la componen: informativo-decisionales, reales y financieros.

¹² C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *El problema...*, *opus cit.*, p. 89.

¹³ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *La economía social o la economía de las empresas de participación (las sociedades cooperativas y laborales)*, en VARIOS: *En memoria de María Ángeles GIL LUEZAS*, Alfa Centauro, Madrid, 1991, pp. 195-216.

- Son empresas en las que los socios, con base en su participación en los procesos de producción y distribución, fijan los objetivos de forma democrática, al menos en las sociedades cooperativas y en las mutuas, superponiéndose esta participación a la de capital.

Así pues, los socios de las empresas de participación, titulares jurídicos de las mismas, participan activamente en los flujos reales, en los informativo-decisionales y en los flujos financieros.

Se puede decir que las empresas de participación incorporan tres características o valores¹⁴:

- La libertad de participar en los procesos productivos.
- La igualdad en la capacidad de establecer los objetivos generales.
- La justicia en la distribución del valor añadido generado.

1.1.2.1.2. La tipología de las empresas de participación.

Se pueden contar seis manifestaciones jurídicas de empresas de participación: la sociedad anónima laboral, la sociedad agraria de transformación, la mutua de seguros, la mutualidad de previsión social, la cofradía de pescadores y la sociedad cooperativa.

En el siguiente cuadro se analizan las características para cada una de las manifestaciones jurídicas de las empresas de participación.

¹⁴ *Ibíd.*, p. 197.

Manifestaciones jurídicas	Características de las empresas de participación		
	Libertad de participar en los procesos productivos	Igualdad en la capacidad de establecer objetivos	Justicia en la distribución del valor añadido generado
La sociedad anónima laboral ¹⁵	Si	No ¹⁶	No ¹⁷
La sociedad agraria de transformación ¹⁸	Si ¹⁹	Si ²⁰	No ²¹
La mutua de seguros ²²	Si ²³	Si ²⁴	Si ²⁵
La mutualidad de previsión social ²⁶	Si ²⁷	Si ²⁸	Si ²⁹
La cofradía de pescadores ³⁰	Si ³¹	Si ³²	Si ³³
La sociedad cooperativa ³⁴	Si ³⁵	Si ³⁶	Si ³⁷

Cuadro 1.1.
Las características de las empresas de participación.

¹⁵ ESPAÑA: LEY 15/1986, de 25 de abril, de Sociedades Anónimas Laborales, **B.O.E.** del 30.

¹⁶ La participación de los asalariados en el establecimiento de los objetivos se realiza según su aportación al capital social: al menos, el cincuenta y uno por ciento del capital social pertenece a los asalariados, que presten en ellas sus servicios retribuidos en forma directa, personal, cuya relación laboral sea por tiempo indefinido y en jornada completa.

¹⁷ La distribución de los beneficios se realiza en función a la aportación del capital social de los asalariados.

¹⁸ ESPAÑA: REAL DECRETO 1776/1981, de 3 de agosto, por el que se aprueba el Estatuto que regula las Sociedades Agrarias de Transformación, **B.O.E.** del 14.

ESPAÑA: REAL DECRETO-LEY 31/1977, de 2 de junio, sobre la extinción de la sindicación obligatoria, reforma de estructuras sindicales y reconversión del Organismo Autónomo Administración Institucional de Servicios Socio-Profesionales, **B.O.E.** del 8.

¹⁹ La libertad de entrada está condicionada a que el socio sea titular de una explotación agraria o trabajador agrícola y que cumpla los requisitos establecidos en los estatutos sociales.

²⁰ La fijación de los objetivos es democrática, aunque los estatutos sociales pueden establecer que para la adopción de acuerdos que entrañen obligaciones económicas para los socios, la participación en la fijación de los objetivos se realice según la participación de los socios en el capital social.

²¹ La distribución de los beneficios se realiza en proporción a la participación de los socios en el capital social.

²² ESPAÑA: LEY 30/1995, de 8 de noviembre, sobre la Ordenación y Supervisión de los Seguros Privados, **B.O.E.** del 9, artículos 9 y 10.

ESPAÑA: REAL DECRETO 1348/1985, de 1 de agosto, por el que se aprueba el Reglamento de Ordenación del Seguro Privado, **B.O.E.** del 3, 5 y 6.

²³ Siempre que los socios cumplan con los requisitos establecidos en los estatutos sociales.

²⁴ La participación de los socios en las juntas generales es democrática: cada socio tiene un voto.

²⁵ En el caso de mutuas de seguros a prima fija, los resultados de cada ejercicio dan lugar a una derrama activa o pasiva.

²⁶ ESPAÑA: LEY 30/1995..., *opus cit.*, Capítulo VII.

ESPAÑA: REAL DECRETO 2615/1985, de 4 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento de Entidades de Previsión Social, **B.O.E.** del 15 de enero.

²⁷ No puede limitarse el ingreso de nuevos socios en la mutualidad, sino en virtud de causas justificadas, siempre y cuando consten de manera expresa en los estatutos sociales.

²⁸ Todos los socios tienen los mismos derechos, participando en la asamblea general con un voto; independientemente de las aportaciones que realicen.

²⁹ Los beneficios que perciban los mutualistas tienen que guardar relación con las circunstancias personales que en los mismos concurren y con las prestaciones que según los casos han de corresponderles.

- ³⁰ COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA: DECRETO 143/1989, de 20 de junio, por el que se modifica el Decreto 40/1989, de 1 de marzo, que regula las cofradías de pescadores y sus federaciones, **B.O.J.A.** del 23.
 COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA: ORDEN de 10 de marzo de 1989, por la que se desarrolla el Decreto 40/1989, de 1 de marzo, que regula las cofradías de pescadores y sus federaciones, **B.O.J.A.** del 14.
 COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA: DECRETO 40/1989, de 1 de marzo, por el que se regulan las cofradías de pescadores y sus federaciones, **B.O.J.A.** del 4.
 COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CATALUÑA: DECRETO 152/1991, de 17 de junio, por el que se regulan las cofradías de pescadores, **D.O.G.C.** del 26 de julio.
 COMUNIDAD AUTÓNOMA DE GALICIA: LEY 9/1993, de 8 de julio, de normas reguladoras de las cofradías de pescadores, **D.O.G.** del 15.
 ESPAÑA: DECRETO 670/1978, de 11 de marzo, por el que se regula la creación y reconocimiento de las cofradías de pescadores, **B.O.E.** del 12 de abril.
- ³¹ La afiliación a las cofradías de pescadores es libre; pueden ser miembros los armadores con base en puertos del ámbito territorial de las mismas y quienes tengan la habilitación administrativa correspondiente que lo faculta para el ejercicio de labores de extracción de los recursos marinos vivos; perdiendo la condición de miembro cuando no se ejerza actividad profesional.
- ³² La participación de los miembros en la junta general o asamblea es democrática.
- ³³ La distribución de los beneficios, en caso de haber, se realiza según las aportaciones a los flujos reales de la cofradía.
- ³⁴ COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA: LEY 2/1985, de 2 de mayo, de Sociedades Cooperativas Andaluzas, **B.O.J.A.** del 4.
 COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CATALUÑA: DECRETO LEGISLATIVO 1/1992, de 10 de febrero, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley de Cooperativas de Cataluña, **D.O.G.C.** del 2 de marzo; modificado por COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CATALUÑA: LEY 14/1993, de 25 de noviembre, de modificación del Decreto Legislativo 1/1992, de 10 de febrero, por el cual se aprueba el texto refundido de la Ley de Cooperativas de Cataluña, **D.O.G.C.** del 3 de diciembre.
 COMUNIDAD AUTÓNOMA DE EXTREMADURA: LEY 4/1995, de 20 de abril, de Cooperativas de Crédito, **D.O.E.** del 9 de mayo.
 COMUNIDAD AUTÓNOMA DEL PAÍS VASCO: LEY 4/1993, de 24 de junio, de Cooperativas de Euskadi, **B.O.P.V.** del 19 de julio.
 COMUNIDAD AUTÓNOMA DE VALENCIA: LEY 11/1985, de 25 de octubre, de Cooperativas de la Comunidad Valenciana, **B.O.G.V.** del 31; modificada por COMUNIDAD AUTÓNOMA DE VALENCIA: LEY 3/1995, de 2 de marzo, de modificación de la Ley 11/1985, de Cooperativas de la Comunidad Valenciana, **D.O.G.V.** del 10.
 COMUNIDAD FORAL DE NAVARRA: LEY FORAL 12/1996, de 2 de julio, de Cooperativas de Navarra, **B.O.N.** del 19.
 COMUNIDAD FORAL DE NAVARRA: LEY FORAL 9/1994, de 21 de junio, reguladora del Régimen Fiscal de las Cooperativas, **B.O.N.** del 4 de julio.
 ESPAÑA: REAL DECRETO 84/1993, de 22 de enero, por el que se aprueba el Reglamento de desarrollo de la LEY 13/1989, de 26 de mayo, de Cooperativas de Crédito, **B.O.E.** del 19 de febrero.
 ESPAÑA: LEY 20/1990, de 19 de diciembre, sobre el Régimen Fiscal de la Cooperativas, **B.O.E.** del 20.
 ESPAÑA: LEY 13/1989, de 29 de mayo, de Cooperativas de Crédito, **B.O.E.** del 31.
 ESPAÑA: LEY 3/1987, de 2 de abril, General de Cooperativas, **B.O.E.** del 8.
- ³⁵ Los estatutos sociales han de establecer los requisitos necesarios para la adquisición de la condición de socio, dependiendo de la clase de sociedad cooperativa, que en ningún caso pueden estar vinculados a motivos políticos, sindicales, religiosos, de nacionalidad, sexo, raza o estado civil, salvo que fueran incompatibles con el objeto social.
- ³⁶ Los socios participan en la fijación de los objetivos de la sociedad cooperativa de manera democrática: cada socio tiene un voto.
- ³⁷ El reparto de beneficios se realiza en proporción a las operaciones, actividades o servicios cooperativizados realizados por cada socio en la sociedad cooperativa.

1.1.2.1.2.1. La sociedad anónima laboral (SAL)³⁸.

La sociedad anónima laboral es un empresa mercantil, en la que el capital se encuentra dividido en acciones y la responsabilidad patrimonial de los socios se encuentra limitada al compromiso de su aportación.

Los asalariados mantienen una posición mayoritaria en la participación en el capital social: al menos el cincuenta y uno por ciento. Aunque el porcentaje de acciones que puede tener un solo socio es del veinticinco por ciento³⁹.

El funcionamiento es el mismo que el de la sociedad anónima: el proceso de toma de decisiones se realiza con base en la participación en el capital social; pero, a través de mecanismos propios de la empresa capitalista convencional, la capacidad de control la tienen los asalariados, que son los que desarrollan los flujos reales de la empresa, es decir, los que participan activamente en los procesos de producción y/o distribución, además de participar en los flujos financieros.

1.1.2.1.2.2. La sociedad agraria de transformación (SAT)⁴⁰.

³⁸ Este epígrafe se ha elaborado con base en:

G.R. LEJARRIAGA PÉREZ DE LAS VACAS: *La sociedad cooperativa desde la perspectiva de la Alianza Cooperativa Internacional (ACI) y las sociedades anónimas laborales frente al concepto jurídico de cooperativa*, **Revista de Estudios Cooperativos (REVESCO)**, N. 61, diciembre, 1995, pp. 89-106.

G.R. LEJARRIAGA PÉREZ DE LAS VACAS: **La sociedad anónima laboral como forma de empresario: aspectos financieros (Incidencia de las innovaciones introducidas por la Ley 19/1989 de Reforma de la Legislación Mercantil en materia de sociedades)**, ASALMA, Madrid, 1992.

³⁹ ESPAÑA: LEY 15/1986..., *opus cit.*, artículo 5.

⁴⁰ Este epígrafe se ha realizado con base en:

I. BARBERENA BELZUNCE: **Sociedades cooperativas, anónimas laborales y agrarias de transformación**, Aranzadi, Navarra, 1992.

P. BEL DURÁN: *Similitudes y diferencias entre las sociedades cooperativas agrarias y las sociedades agrarias de transformación a la luz de los principios cooperativos tras el Congreso de Manchester*, **Revista de Estudios Cooperativos (REVESCO)**, N. 61, diciembre, 1995, pp. 107-125.

P. BEL DURÁN: **Análisis de los flujos financieros de las sociedades cooperativas agrarias de proveedores en España**, Tesis Doctoral, Departamento de Economía y Administración Financiera de la Empresa de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Complutense de Madrid, 1995, 657 pp., pp. 99-108.

La sociedad agraria de transformación es una fórmula asociativa genuinamente española, cuyo origen se encuentra en la transformación de los grupos sindicales de colonización, cuya finalidad era la realización de obras y mejoras territoriales con la ayuda del Estado.

La sociedad agraria de transformación es una sociedad civil, con unas funciones económicas de producción, de transformación y de comercialización de productos agrarios (agrícolas, ganaderos y pesqueros); y sociales de mejora del medio rural, de promoción y de desarrollo agrario.

1.1.2.1.2.3. La mutua de seguros⁴¹.

La mutua de seguros es una sociedad que proporciona ayuda a sus socios, en caso de que ocurra un evento previsto en sus estatutos sociales, y que compensa los ingresos y gastos mediante cuotas variables de los mutualistas o de subvenciones o ayudas externas de carácter accidental.

Las características de la mutua se resumen como sigue:

- Es una sociedad de personas, en las que la adhesión de los mutualistas se realiza mediante un contrato de seguros.
- Es una sociedad aseguradora que actúa en el ramo vida y no vida.
- La prestación de servicios es exclusiva para los mutualistas que la componen.

R. CARBONELL DE MASY: **La cooperación agraria en el comercio de productos alimenticios**, Ediciones ICE, Madrid, 1975.

R. CARBONELL DE MASY: **Comercialización cooperativa agraria**, Ediciones ICE, Madrid, 1970.

P. CRUZ ROCHE: **Asociaciones agrarias de comercialización**, Agrícola Española, Madrid, 1977.

⁴¹ Este epígrafe se elaborado con base en:

C. ÁLVAREZ JIMÉNEZ: **Mutuas, cooperativas y seguros**, Mapfre S.A., Madrid, 1984.

E. BALLESTERO PAREJA: **Economía social y empresas cooperativas**, Alianza Universidad, Madrid, 1990.

J. CALDÉS LIZANA: *Las mutualidades de previsión social y las mutuas de seguros*, en VARIOS: **Las empresas públicas sociales y cooperativas en la nueva Europa (XIX Congreso Internacional del CIRIEC)**, CIRIEC-España, Valencia, 1994, pp. 237-242.

R. MORENO RUIZ: *Las empresas de participación que realizan la actividad aseguradora: posibilidades actuales y tratamiento en el proyecto de ley de supervisión de los seguros privados*, **Cuaderno de Trabajo**, CIRIEC-España, N. 25, Valencia, 1995.

- El sistema de financiación puede ser a prima fija o variable, estando basado este último en el principio de ayuda recíproca.

1.1.2.1.2.4. La mutualidad de previsión social⁴².

La mutualidad de previsión social, al igual que la mutua de seguros, es una entidad aseguradora de carácter personalista y cuyo fundamento es la reciprocidad y la solidaridad entre sus miembros.

Entre las características de la mutualidad se pueden destacar las siguientes:

- Es una entidad privada que cubre, mediante conciertos con la Seguridad Social, riesgos de asistencia sanitaria, de jubilación y de muerte.
- La relación de los mutualistas con la mutualidad se establece mediante un proceso de afiliación. Por tanto, el vínculo es de naturaleza asociativa; por lo que, el mutualista se convierte en asegurado y asegurador simultáneamente.

1.1.2.1.2.5. La cofradía de pescadores.

El origen de las cofradías son las asociaciones piadosas que durante la Edad Media entrelazaban la profesión y la religión agrupando a artesanos de distintos oficios, en las que sus fines eran, entre otros, la organización de ceremonias religiosas, la administración de las finanzas de la comunidad, y la ayuda a los pobres. Posteriormente, en el siglo XII surgen las primeras cofradías de pescadores como la de mareantes de los puertos del Cantábrico y del Mediterráneo⁴³.

⁴² Este epígrafe se ha realizado con base en:

L.M. ÁVALOS MUÑOZ: *Antecedentes históricos del mutualismo*, CIRIEC-España, N. 12, diciembre, 1991, pp. 39-58.

J. CALDÉS LIZANA: *Las mutualidades de previsión...*, *opus cit.*.

B.J. CASTELLI: *Mutualismo y mutualidades*, Intercoop, Buenos Aires, 1985.

R. MORENO RUIZ: *Las empresas de participación...*, *opus cit.*.

J. de PALOL i AGUSTI: *Modalidades y características de la previsión social*, CIRIEC-España, N. 12, diciembre, 1991, pp. 59-80.

⁴³ L.M. ÁVALOS MUÑOZ: *Antecedentes históricos...*, *opus cit.*.

La actual cofradía de pescadores es una Corporación de Derecho Público que actúa como órgano de consulta y colaboración con la Administración para los asuntos concernientes a las actividades extractivas y de comercialización pesqueras.

La función de la cofradía es el desarrollo de las actividades necesarias para la mejora de los procesos extractivos, industriales y de distribución, siempre atendiendo a los intereses comunes de los cofrades.

1.1.2.1.2.6. La sociedad cooperativa.

De entre las empresas de participación descritas más arriba la sociedad cooperativa es el núcleo.

En lo que sigue se procede a realizar un estudio de la sociedad cooperativa, independientemente de su tipo o clase y de la actividad que realice.

1.1.2.1.2.6.1. El concepto de sociedad cooperativa⁴⁴.

⁴⁴ A este respecto puede verse:

- J. BONIFACE: **Coop: Nouvelle Société ou Machine à Vendre?**, Editions Entente, Paris, 1982.
T. BOTTOMLEY: **An Introduction to Cooperatives. A Programmed Learning Text**, Intermediate Technology Publications, London, 1987.
E. BRADLEY; A. GELB: **Cooperativas en marcha**, Ariel, Barcelona, 1985.
J. DEFOURNY: **Entreprise Coopérative, Tradition et Renouveau**, CIRIEC, Liège, 1990.
J.G. DESFORGES: **Dynamique de la Coopérative: Association et Entreprise**, École des Hautes Études Commerciales, Centre de Gestion des Coopératives, Montreal, 1979.
J. DOMINGO SANZ: **Las empresas cooperativas en España. Algunos desarrollos teóricos**, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Córdoba, Córdoba, 1986.
C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *Precisiones acerca de algunos tópicos confusos sobre la sociedad cooperativa*, en VARIOS: **Tempori Serviendum Homenaje al Prof. Dr. Jaime GIL ALUJA**, Milladoiro, Santiago de Compostela, 1992, pp. 155-168.
C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *La economía social...*, **opus cit.**
F.C. HELM: **The Economics of Co-operative Enterprise**, University of London, London, 1968.
A.F. LAIDLAW: **Cooperatives in the Year 2000**, International Cooperative Alliance/CEMAS, Geneva, 1987.
C. NAZZARO; G. PATERNOSTER: **Le Società Cooperative**, Pirola, Milano, 1990.
R. PATON: **Some Problems of a Cooperative Organisation**, Cooperatives Research Unit, Open University, Milton Keynes, 1978.

Para aproximarse al concepto de sociedad cooperativa hay que partir de su carácter empresarial, como empresa privada y de participación. Pero además se han de precisar algunas características que la diferencian: por ser una sociedad de personas, por ser una empresa de empresarios y por constituir una forma de asociacionismo democrático.

1.1.2.1.2.6.1.1. La sociedad cooperativa como sociedad de personas.

La sociedad cooperativa es una sociedad mercantil a la que se la denomina de "personas" para diferenciarla de la sociedad de capital convencional, en la que el establecimiento de los objetivos se hace con base en el peso de cada socio en el capital social.

Lo cierto es, que "todas las organizaciones empresariales son "de personas" y captan capitales financieros para utilizar medios para poder desarrollar el proceso de producción y distribución que las caracteriza"⁴⁵; la diferencia entre unas y otras reside en el fundamento para la fijación de los objetivos; que en el caso de la sociedad cooperativa, es democrático, independientemente del capital prestado por los socios.

1.1.2.1.2.6.1.2. La sociedad cooperativa como empresa de empresarios.

La sociedad cooperativa es una empresa de empresarios, en la que éstos, los socios, participan en el funcionamiento de aquélla. En efecto, los socios participan en los tres tipos de flujos: en los flujos financieros, aportando capital; en los flujos reales, como

J.E. SAILLANT: *Theoric Pure de le Cooperative*, Cooperative d'Information et Edition Mutualiste, París, 1983.

A. VARGAS SÁNCHEZ: *La identidad cooperativa y la cooperativa como empresa: luces y sombras*, *Revista de Estudios Cooperativos (REVESCO)*, N. 61, 1995, pp. 179-191.

⁴⁵ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *Precisiones...*, *opus cit.*, p. 160.

consumidores o como proveedores, en el proceso de producción y distribución de bienes y servicios; y en los flujos informativo-decisionales, estableciendo democráticamente los objetivos⁴⁶.

Con todo, se puede definir a la sociedad cooperativa como una empresa "de empresarios -por tanto, que asumen riesgos, emprenden, innovan y se comprometen en el proceso productivo-; pero también, en las que los socios, para serlo, tienen que participar en el proceso productivo, en el financiero y, democráticamente en el proceso de toma de decisiones"⁴⁷.

1.1.2.1.2.6.1.3. La sociedad cooperativa como forma de asociacionismo democrático.

La sociedad cooperativa constituye una forma de asociacionismo democrático "...aplicable a cualquier proceso económico de producción y distribución que se acomete con sentido empresarial, agrupando a personas que cumplen los requisitos técnicos para que ese proceso tenga lugar, independientemente de su clase social, raza, sexo, renta personal y patrimonio"⁴⁸, en la que los objetivos se establecen de manera democrática.

1.1.2.1.2.6.1.4. La sociedad cooperativa como fórmula jurídica.

La sociedad cooperativa es una figura jurídica contemplada en la legislación estatal y en las distintas legislaciones autonómicas en materia de sociedades cooperativas; y que se contiene en el siguiente cuadro.

⁴⁶ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *La concentración económico-empresarial de las cooperativas*, **Proyecto de Investigación**, presentado para el Concurso a Cátedra de Universidad de la Universidad Complutense de Madrid, Madrid, 1989.

C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *El problema...*, *opus cit.*

⁴⁷ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *La economía social...*, *opus cit.*, p. 197.

⁴⁸ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *Precisiones...*, *opus cit.*, p. 155.

Ámbito territorial	El concepto de sociedad cooperativa
Comunidad Autónoma de Andalucía ⁴⁹	“Es sociedad cooperativa aquella que realiza cualquier actividad económico-social lícita para la ayuda mutua entre sus miembros, al servicio de éstos y de la Comunidad, mediante la aportación y actividad de todos sus socios con arreglo a los principios y disposiciones de esta Ley”.
Comunidad Autónoma de Cataluña ⁵⁰	“Las cooperativas son sociedades que, con plena autonomía y bajo los principios de libre adhesión y de baja voluntaria, con capital variable y estructura y gestión democráticas, asocian a personas naturales o jurídicas que tienen intereses o necesidades socio-económicas comunes, y que se proponen mejorar la situación económica y social de sus componentes y del entorno comunitario en el que se mueven, desarrollando una actividad empresarial de base colectiva, en la que el servicio mutuo y la aportación pecuniaria a todos los miembros permitan cumplir una función que tienda a mejorar las relaciones humanas y a anteponer los intereses colectivos a toda idea de beneficio particular”.
Comunidad Autónoma del País Vasco ⁵¹	“La cooperativa es aquella sociedad que desarrolla una empresa que tiene por objeto prioritario la promoción de las actividades económicas y sociales de sus miembros y la satisfacción de sus necesidades con la participación activa de los mismos, observando los principios del cooperativismo y atendiendo a la comunidad de su entorno”.
Comunidad Autónoma de Valencia ⁵²	“A los efectos de esta Ley es cooperativa la agrupación voluntaria de personas físicas, y en las condiciones de la Ley, jurídicas al servicio de sus socios, mediante la explotación de una empresa colectiva sobre la base de la ayuda mutua, la creación de un patrimonio común y la atribución de los resultados de la actividad cooperativizada a los socios en función de su aportación en dicha actividad”.
Comunidad Foral de Navarra ⁵³	“Las cooperativas son sociedades que, ajustándose en su organización y funcionamiento a los principios formulados por la Alianza Cooperativa Internacional en los términos establecido en la presente Ley Foral, realizan, en régimen de empresa en común, cualquier actividad económico-social al servicio de sus miembros y en interés de la comunidad”.
Estado español ⁵⁴	“Las Cooperativas son Sociedades que, con capital variable y estructura y gestión democráticas, asocian, en régimen de libre adhesión y baja voluntaria, a personas que tienen intereses o necesidades socio-económicos comunes, para cuya satisfacción y al servicio de la comunidad desarrollan actividades empresariales, imputándose los resultados económicos a los socios, una vez atendidos los fondos comunitarios, en función de la actividad cooperativizada que realizan”.

Cuadro 1.2.
El concepto de sociedad cooperativa en el ordenamiento jurídico español.

⁴⁹ COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA: LEY 2/1985..., *opus cit.*, artículo 2.

⁵⁰ COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CATALUÑA: DECRETO LEGISLATIVO 1/1992..., *opus cit.*, artículo 1.

⁵¹ COMUNIDAD AUTÓNOMA DEL PAÍS VASCO: LEY 4/1993..., *opus cit.*, artículo 1.

⁵² COMUNIDAD AUTÓNOMA DE VALENCIA: LEY 11/1985..., *opus cit.*, artículo 2; modificada por COMUNIDAD AUTÓNOMA DE VALENCIA: LEY 3/1995..., *opus cit.*, artículo primero.

⁵³ COMUNIDAD FORAL DE NAVARRA: LEY FORAL 12/1996..., *opus cit.*, artículo 2.

⁵⁴ ESPAÑA: LEY 3/1987..., *opus cit.*, artículo 1.1. Aplicable donde no haya legislación autonómica y con carácter subsidiario donde haya legislación autonómica.

1.1.2.1.2.6.1.4.1. La
discusión sobre el
carácter jurídico de la
sociedad cooperativa.

El criterio de distinción entre el carácter civil y el mercantil de la sociedad cooperativa no aparece suficientemente claro en el ordenamiento jurídico español. Sin embargo, según el Código de Comercio⁵⁵ se consideran mercantiles las sociedades que hayan adoptado una de las formas previstas por el mismo y por las leyes especiales: las sociedades colectivas, las sociedades comanditarias, las sociedades de responsabilidad limitada y las sociedades anónimas; estas sociedades deben inscribirse en el Registro Mercantil, mientras que las sociedades cooperativas deben inscribirse en el Registro de Cooperativas del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales⁵⁶.

También regula el Código de Comercio que "Las Compañías mutuas de seguros contra incendios,..., y las Cooperativas de producción, de crédito o de consumo, sólo se considerarán mercantiles, y quedarán sujetas a las disposiciones de este Código, cuando se dedicaren a actos de comercio extraños a la mutualidad..."⁵⁷.

En el caso, de que las sociedades cooperativas tuvieran la consideración de empresas mercantiles, tendrían un marco legislativo homogéneo, ya que el Estado tiene competencias exclusivas sobre la legislación mercantil⁵⁸; evitando la actual proliferación de leyes en materia cooperativa por parte de las distintas Comunidades Autónomas españolas.

Sin embargo, son cada vez más tratadistas del Derecho Mercantil los que defienden el carácter mercantil de la sociedad cooperativa⁵⁹. Abundando en esta línea, tras la

⁵⁵ ESPAÑA: *Código Comercio*, Boletín Oficial del Estado, Colección de Textos Legales, Madrid, enero, 1993, artículo 116.

⁵⁶ ESPAÑA: LEY 3/1987,..., *opus cit.*, establece en su artículo 6 que "la sociedad cooperativa quedará constituida y tendrá personalidad jurídica desde el momento en que se inscriba en el correspondiente Registro de Cooperativas..."

⁵⁷ ESPAÑA: *Código Comercio*, *opus cit.*, artículo 124.

⁵⁸ ESPAÑA: CONSTITUCIÓN ESPAÑOLA, B.O.E., del 28 de diciembre de 1978, artículo 149.1.6°.

⁵⁹ A este respecto puede verse:

Sentencia del Tribunal Constitucional 72/1983, de 29 de julio⁶⁰, que establecía que las sociedades cooperativas no tenían carácter íntegramente mercantil, se han promulgado dos normas que modifican la Ley 3/1987, General de Cooperativas, en lo referente al depósito de las cuentas anuales y a la legalización de los libros sociales por parte del Registrador Mercantil⁶¹.

Además, el Reglamento de Cooperativas de Crédito⁶² determina que las sociedades cooperativas de crédito quedan sometidas a la legislación laboral y mercantil y a las normas de ordenación del crédito, de donde se puede concluir la consideración de las sociedades cooperativas crédito como sociedades mercantiles; lo que queda, de nuevo, ratificado con la promulgación de la Ley de las Sociedades de Responsabilidad Limitada⁶³ que facilita la transformación de una sociedad mercantil, la sociedad de responsabilidad limitada en una sociedad cooperativa y viceversa.

J. DIVAR GARTEIZ-ARRUECOA: **Régimen jurídico de las sociedades cooperativas**, Universidad de Deusto, Bilbao, 1987.

J. GÓMEZ: *Sobre la mercantilidad de las cooperativas*, **Revista de Derecho Mercantil**, N. 137, 1975, pp. 301-346.

F. VICENT CHULÍA; N. PAZ CANALEJO: **Comentarios a la LEY de Cooperativas**, Civitas, Madrid, 1989.

F. VICENT CHULÍA: *Perspectiva jurídica de la economía social en España*, **CIRIEC-España**, N. 2, octubre-diciembre, 1987, pp. 15-43.

⁶⁰ ESPAÑA: SENTENCIA DEL TRIBUNAL CONSTITUCIONAL N. 72/1983, de 29 de julio, en relación con el Recurso de Inconstitucionalidad N. 201/82, interpuesto por el Presidente del Gobierno contra la LEY 1/1982, de 11 de febrero, del Parlamento Vasco, **B.O.E.**, del 18 de agosto.

⁶¹ ESPAÑA: INSTRUCCIÓN de 26 de junio de 1996, de la Dirección General de los Registros y Notariado, sobre la legalización de los libros y depósito de las cuentas de las entidades jurídicas, **B.O.E.** del 9 de julio.

ESPAÑA: LEY 10/1992, de 30 de abril, de Medidas Urgentes de Reforma Procesal, **B.O.E.** del 5 de mayo, por la que se declara la modificación del art. 90.3 de la LEY 3/1987, General de Cooperativas, Disposición Final Tercera. Queda redactado como sigue: "Todos los libros sociales serán legalizados por el Registrador Mercantil del domicilio de la Cooperativa en los términos prevenidos por el Reglamento del Registro Mercantil".

⁶² ESPAÑA: REAL DECRETO 84/1993..., *opus cit.*

⁶³ ESPAÑA: LEY 2/1995, de 23 de marzo, de Sociedades de Responsabilidad Limitada, **B.O.E.** del 24.

1.1.2.1.2.6.1.5. Una referencia a la
sociedad cooperativa
europea⁶⁴.

El primer anteproyecto del estatuto de la sociedad cooperativa europea se produce en 1975, promovido por: el Comité General de las Cooperativas Agrarias, la Organización Europea de las Cooperativas de Consumidores y la Unión de Grupos de Compra de Cooperativas de Detallistas de Europa⁶⁵.

Debido a las disparidades de las legislaciones nacionales de los Estados miembros, en materia de sociedades cooperativas, el estatuto de la sociedad cooperativa europea surge como un intento de armonizar las distintas legislaciones; pretendiendo establecer un cuerpo común de normas independientes de los Estados miembros⁶⁶.

Con todo, el estatuto de la sociedad cooperativa europea se conforma como una fórmula jurídica para la cooperación transnacional en el ámbito de la Unión Europea, con el objeto de satisfacer las necesidades de sus socios y de fomentar sus actividades económicas y sociales desarrolladas.

La sociedad cooperativa europea se constituye con cinco personas físicas, o con dos entidades jurídicas, que residan al menos en dos Estados miembros.

⁶⁴ Con base en:

COMUNIDADES EUROPEAS: Propuesta Modificada de la Comisión, de 6 de julio de 1993, del Reglamento (CEE) del Consejo por el que se establece el Estatuto de la Sociedad Cooperativa Europea, **D.O.C.E.** N. C 236 del 31 de agosto.

COMUNIDADES EUROPEAS: Propuesta Modificada de la Comisión, de 6 de julio de 1993, de Directiva del Consejo por la que se completa el Estatuto de la Sociedad Cooperativa Europea en lo que respecta al cometido de los trabajadores, **D.O.C.E.** N. C 236 del 31 de agosto.

R. DABORMIDA: *El estatuto de la sociedad cooperativa europea: evolución, actualidad y perspectivas*, **CIRIEC-España**, N. 17, diciembre, 1994, pp. 121-145.

G. FAJARDO GARCÍA: *La armonización de la legislación cooperativa en los países de la Comunidad Económica Europea*, **CIRIEC-España**, N. 17, diciembre, 1994, pp. 39-119.

J.M. MONTOLÍO HERNÁNDEZ: *Legislación cooperativa en la Comunidad Europea*, Instituto Nacional de Fomento de la Economía Social (INFES), Madrid, 1993.

B. PIOT: *Estatutos europeos de la sociedad cooperativa europea (S.C.E.), de la asociación y de la mutualidad*, **CIRIEC-España**, N. 17, diciembre, 1994, pp. 13-38.

⁶⁵ COMITE DE COORDINATION DES ASSOCIATIONS DE COOPÉRATIVES DE LA CEE: *Proposition de Règlement du Conseil Portant Statut de la Société Coopérative Européenne, Document de Travail*, Document Final du 12/10/1990.

⁶⁶ G. FAJARDO GARCÍA: *La armonización...*, *opus cit.*

Las entidades jurídicas españolas que pueden ser socios de una sociedad cooperativa europea son⁶⁷:

- las sociedades cooperativas.
- las sociedades anónimas laborales.
- las mutuas de seguros.
- las mutualidades de previsión social.

No se consideran como posibles socios de la sociedad cooperativa europea a las sociedades agrarias de transformación y a las cofradías de pescadores, por lo menos en su última redacción.

En el momento de escribir estas líneas⁶⁸, el estatuto de la sociedad cooperativa europea se encuentra en fase de discusión por el Consejo de Ministros, después de haber pasado por el Parlamento Europeo y el Consejo Económico y Social. Por tanto, su aprobación definitiva no parece muy lejana.

1.1.2.1.2.6.2. El origen y la evolución de la sociedad cooperativa⁶⁹.

⁶⁷ COMUNIDADES EUROPEAS: Propuesta Modificada de la Comisión, de 6 de julio de 1993, del Reglamento (CEE) del Consejo..., *opus cit.*, anexo.

⁶⁸ Septiembre de 1996.

⁶⁹ Este epígrafe se ha realizado con base en:

A. ANTONI.: *Charles Fourier et les Cooperatores*, **Revue des Études Coopératives**, N. 170, 1972.

E. BALLESTERO PAREJA: **Economía social...**, *opus cit.*.

M. BRUGAROLA MAS: **Doctrina y sistemática cooperativa**, Sal Terrae, Santander, 1962.

J.L. HERRANZ GUILLÉN: *Reflexiones para una teoría de la cooperación: el cooperativismo como caso especial de cooperación organizada*, **Revista de Estudios Cooperativos (REVESCO)**, N. 60, diciembre, 1994, pp. 35-53.

J.L. HERRANZ GUILLÉN: *Los principios cooperativos: ayer y hoy*, Ponencia presentada al Coloquio Internacional **Los principios cooperativos en la Europa actual**, Alianza Cooperativa Internacional-Centro Internacional para la Investigación en la Economía Pública, Social y Cooperativa, Sevilla, 2 y 3 de mayo, 1994.

G.J. HOLYOAKE: **Historia de les Equitable Pioneers de Rochdale**, Fundació Roca i Galés, Barcelona, 1983. Versión en castellano: **Historia de los pioneros de Rochdale**, Centro Nacional de Educación Cooperativa, Zaragoza, 1975.

P. LAMBERT: **La doctrina cooperativa**, Intercoop, Buenos Aires, 1975.

D.B. PINHO: **Evolución del pensamiento cooperativista**, INTERCOOP, Buenos Aires, 1987.

La evolución de la sociedad cooperativa se ha desarrollado en tres etapas diferenciadas:

1.1.2.1.2.6.2.1. El pensamiento
cooperativo y asociativo.

A partir del siglo XIX se desarrollaron un conjunto de corrientes filosófico-políticas: el socialismo utópico, el anarquismo y la doctrina social de la iglesia; que surgen tras la Segunda Revolución Industrial como réplica a la opresión del capitalismo.

Entre los representantes de estas corrientes, se pueden destacar: Robert OWEN, Charles FOURIER, Claude-Henri SAINT-SIMON, Louis BLANC, Pierre Joseph PROUDHON y Philippe BUCHEZ.

1.1.2.1.2.6.2.2. La constitución de la
primera sociedad
cooperativa: la *Rochdale
Society of Equitable
Pioneers*.

Los estatutos de la primera sociedad cooperativa, la *Rochdale Society of Equitable Pioneers*, constituida el 24 de octubre de 1844, hace ciento cincuenta y dos años⁷⁰, en Rochdale, Manchester, (Inglaterra), sientan las bases ideológicas del desarrollo cooperativo: contienen la primera formulación de los denominados principios cooperativos.

J.J. SANZ JARQUE: **Cooperación. Teoría y práctica de las sociedades cooperativas**, Universidad Politécnica de Valencia, 1974.

⁷⁰ Estas líneas se escriben en 1996.

1.1.2.1.2.6.2.3. Las principales tendencias cooperativas.

Tras la constitución de la primera sociedad cooperativa surgen algunas corrientes de pensamiento, que van conformando el pensamiento cooperativo. Entre estas nuevas corrientes de pensamiento caben destacar:

- a.- La corriente alemana o escuela no exclusivista, cuya idea es la consideración del movimiento cooperativo como una organización económica que puede sobrevivir al lado de otras organizaciones. Su principal representante es Friedrich Wilhelm RAIFFEISEN, quien creó un sistema de crédito cooperativo⁷¹.
- b.- La corriente francesa o escuela exclusivista, cuya idea es la consideración de la sociedad cooperativa como única organización válida que debe haber en la sociedad. Su precursor fue Charles GUIDE, propulsor de la soberanía del consumidor y de la supresión de intermediarios.

1.1.2.1.2.6.3. Los principios cooperativos⁷².

⁷¹ Sobre este aspecto puede verse:

R.J. PALOMO ZURDO: **La banca cooperativa en Europa**, Unión Nacional de Cooperativas de Crédito y Asociación Española de Cooperativas de Crédito, Madrid, 1995, 559 pp.

⁷² Para un estudio específico de los principios cooperativos puede verse:

ALIANZA COOPERATIVA INTERNACIONAL: **La década del desarrollo cooperativo 1971-1980**, Alianza Cooperativa Internacional, Londres, 1982.

S.A. BÖÖK: *Cooperativas, valores fundamentales y principios cooperativos*, CIRIEC-España, N. 9, diciembre, 1990, pp. 15-30.

J.C. CRAIG; S.K. SAXENA: *A Critical Assesment of the Cooperative Principles*, **Working Papers**, V. 3, N. 2, Cooperative College of Canada, Saaskaton, 1984.

C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *Las sociedades cooperativas de derecho y las de hecho con arreglo a los valores y a los principios del Congreso de la Alianza Cooperativa Internacional de Manchester en 1995: Especial referencia a las sociedades de responsabilidad limitada reguladas en España*, **Revista de Estudios Cooperativos (REESCO)**, N. 61, diciembre, 1995, pp. 53-87.

C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *Precisiones...*, *opus cit.*

C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *El problema...*, *opus cit.*

J.L. HERRANZ GUILLÉN: *Los principios cooperativos...*, *opus cit.*

INTERNATIONAL COOPERATIVE ALLIANCE: **The International Co-operative Alliance Statement on the Co-operative Identity**, XXXI Congress International Cooperative Alliance, Manchester, September, 1995.

P. LAMBERT: **Los principios cooperativos y la Alianza Cooperativa Internacional**, Centro Nacional de Educación Cooperativa, Zaragoza, 1975.

Los principios cooperativos son las reglas, las normas, las guías de comportamiento, y también los objetivos específicos genuinos, que establecen el funcionamiento y desarrollo de las sociedades cooperativas. Los principios cooperativos convierten los valores de libertad, justicia, igualdad, democracia y solidaridad, en normas de funcionamiento⁷³; siendo imprescindible la aplicación de los principios cooperativos para considerar a una sociedad como cooperativa.

La sociedad cooperativa como empresa, ha de guiarse para poder sobrevivir, no sólo por los principios cooperativos, sino también por los principios de la empresa. Estos dos tipos de principios no son incompatibles, sino que por el contrario se combinan de manera eficiente dentro de la sociedad cooperativa⁷⁴; partiendo de la base particular de sus principios y en relación con sus fines⁷⁵.

Las reglas de organización internas de la primera sociedad cooperativa han sido formuladas por la Alianza Cooperativa Internacional, lo que se conoce como principios cooperativos. Desde la creación de esta institución en 1895, a través de sucesivos congresos se han ido modificando⁷⁶ los principios cooperativos, adaptándose a los requerimientos y a las necesidades de las sociedades cooperativas.

C. LEONARDELLI: **Cooperazione. Origini, Principi, Organizzazione, Ordinamento e Funzionamento delle Società Cooperative**, Federazione Consorzi Cooperativi, Trento, 1979.

A. MARTÍNEZ CHARTERINA: *Los valores y los principios cooperativos*, **Revista de Estudios Cooperativos (REVESCO)**, N. 61, diciembre, 1995, pp. 35-45.

J.L. MONZÓN CAMPOS: *Principios cooperativos y realidad cooperativa en España*, en MONZÓN CAMPOS, J.L.; ZEVI, A. (Directores): **Cooperativas, mercado, principios cooperativos**, CIRIEC-España, Valencia, 1994, pp. 109-126.

H.H. MÜNKNER: *Los principios cooperativos y el progreso social*, **CIRIEC-España**, N. 9, diciembre, 1990, pp. 149-164.

⁷³ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *El problema...*, *opus cit.*, p. 103.

⁷⁴ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *La concentración económico-empresarial...*, *opus cit.*

⁷⁵ S.A. BÖÖK: *Cooperativas...*, *opus cit.*, p. 19.

⁷⁶ La primera revisión de los principios cooperativos se realizó en el 15º Congreso celebrado en París en 1937; la segunda en el 23º Congreso de Viena en 1966; la tercera, y última, en el 31º Congreso de Manchester en 1995.

1.1.2.1.2.6.3.1. Los principios
cooperativos vigentes en la
actualidad⁷⁷.

La actual formulación de los principios cooperativos pretende adaptar las sociedades cooperativas a la realidad actual; teniendo en cuenta que "los principios cooperativos definidos como elementos dinámicos, son relativos, en la medida en que deben ser diseñados de una manera nueva por cada generación, e interpretados, por ésta, de acuerdo con las exigencias que se presentarán como nuevas en su momento"⁷⁸.

1.1.2.1.2.6.3.1.1. El principio
de puerta abierta.

El principio de puerta abierta hace referencia a la libertad y voluntariedad de entrada y salida de los socios para la participación en los procesos de producción y distribución, ambos de bienes y servicios.

La libertad de entrada significa que no puede haber vetos para ser socio de una sociedad cooperativa por razones de religión, raza, sexo, etcétera; es decir, por razones ajenas a la participación en la actividad cooperativizada⁷⁹. Pero hay limitaciones a la entrada de socios por razones técnicas o productivas; es el caso, por ejemplo, de una sociedad cooperativa de viviendas⁸⁰, debido a que hay un número máximo de viviendas a construir, o, el de una sociedad cooperativa agraria, en la que hay una restricción a la capacidad productiva⁸¹.

⁷⁷ INTERNATIONAL COOPERATIVE ALLIANCE: *The International Co-operative Alliance...*, *opus cit.*

⁷⁸ H.H. MÜNKNER: *Los principios cooperativos...*, *opus cit.*, p. 153.

⁷⁹ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *El problema...*, *opus cit.*

⁸⁰ Para más detalle ver:

A.P. GÓMEZ APARICIO: *Análisis de los aspectos financieros de la sociedad cooperativa de viviendas en España. (Especial referencia al marco financiero que las condiciona: el mercado hipotecario y la financiación privilegiada en materia de viviendas. Un estudio de administración de empresas)*, Consejería de Economía de la Comunidad de Madrid, Madrid, 1993, 290 pp.

⁸¹ Para un detalle consúltese:

P. BEL DURÁN: *Análisis de los flujos financieros...*, *opus cit.*

Por otro lado, debido a las consecuencias negativas que conlleva la libertad de salida del socio sobre los flujos reales, por la falta de suministro y/o consumo de bienes y servicios, y sobre los flujos financieros, por la posible descapitalización de la sociedad cooperativa; ésta suele establecer algunas condiciones: la obligatoriedad de permanencia de los socios en la sociedad cooperativa, por un período de tiempo; y la dilación en la devolución de las aportaciones al capital social, estableciéndose en su caso una cuantía a devolver menor según la causa que provoca la salida del socio de la sociedad cooperativa.

1.1.2.1.2.6.3.1.2. El principio de democracia en la toma de decisiones.

Este principio propugna la participación democrática de los socios (un miembro, un voto) en el proceso de fijación de los objetivos de la sociedad cooperativa.

Esta participación democrática en los flujos informativo-decisionales es lo que confiere el carácter personalista, y diferencia a la sociedad cooperativa respecto del resto de las sociedades capitalistas convencionales; siendo precisamente, esta participación independiente de las aportaciones al capital social que realicen los socios, teniendo éste la consideración de instrumento de producción o de financiación.

La asamblea general es el órgano a través del cual los socios participan democráticamente en el establecimiento de los objetivos de la sociedad cooperativa. Pero esta participación, se sustenta en la participación efectiva de los socios en los flujos reales de producción y distribución de bienes y servicios.

1.1.2.1.2.6.3.1.2.1. El voto plural ponderado.

Es conveniente, que no necesario, conseguir la homogeneidad en la contribución de los socios a los procesos reales de producción y distribución de bienes y servicios, para de

esta manera evitar problemas de poder ficticio, que derivarían en el establecimiento del voto plural ponderado en el proceso de toma de decisiones de la sociedad cooperativa⁸².

La implantación del voto plural ponderado supone que la participación de los socios en el establecimiento de los objetivos es función de su contribución al proceso de producción y distribución de bienes y servicios en la sociedad cooperativa. El voto plural ponderado pretende ajustar el equilibrio entre el riesgo económico de los socios por su contribución al proceso productivo; en definitiva se pretende distinguir a los socios involucrados de los socios no involucrados. De no ser así, se propugnaría el no aportar a la sociedad cooperativa más de lo que aporta la mayoría⁸³.

El voto plural ponderado desvirtúa la democracia en la fijación de los objetivos, debido a "que lo que caracteriza y diferencia a la sociedad cooperativa de primer grado de otras empresas capitalistas es precisamente la democracia, en sentido estricto, de los participantes en el proceso de producción y distribución; si esto es así, es necesario preservar el voto simple"⁸⁴.

Con todo, es necesario definir unos requisitos operativos, es decir, establecer unos mínimos de participación de los socios en los flujos reales de producción y distribución⁸⁵.

En el caso de las sociedades cooperativas de segundo grado, es necesario tener en cuenta que "...no son cooperativas, sino agrupaciones -temporales o no, de interés económico o no, pero siempre funcionales- empresariales de cooperativas, con determinados fines; pero no son cooperativas en sentido estricto"⁸⁶.

⁸² C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *La economía social...*, *opus cit.*, p. 203.

⁸³ *Ibid.*, p. 202.

⁸⁴ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ; A.P. GÓMEZ APARICIO; R.J. PALOMO ZURDO: *Estudio de la normativa reciente de las sociedades cooperativas de crédito españolas*, *Actualidad Financiera*, N. 25, semana del 21 al 27 de junio de 1993, pp. f-179 a f-212, pp. f-191 a f-192.

⁸⁵ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *La economía social...*, *opus cit.*.

⁸⁶ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *Las personas jurídicas como socios de las sociedades cooperativas de primer grado o cooperativas propiamente dichas en España: necesidad de una revisión legal*, *Revista de Estudios Cooperativos (REVESCO)*, N. 60, diciembre, 1994, pp. 61-75.

Los criterios que se pueden utilizar para ponderar el voto son⁸⁷: la participación en la actividad cooperativizada y el número de socios que integran la sociedad cooperativa asociada.

1.1.2.1.2.6.3.1.3. El principio
de participación
económica de los
socios.

El contenido de este principio hace referencia a dos aspectos:

- La justicia en la distribución de los resultados.
- La limitación del interés para las aportaciones de capital.

1.1.2.1.2.6.3.1.3.1. La
justicia en la distribución
de los resultados⁸⁸.

La sociedad cooperativa ha sido considerada como una sociedad sin fin de lucro, debido a la asimilación del término lucro como sinónimo de explotación o beneficio.

La distribución de los excedentes entre los socios, si los hubiera, debe ser tal que no se permita que unos socios se beneficien a costa de otros; es decir, que unos no se lucren del resto de los socios. En efecto, el excedente obtenido, una vez cubierto el pago de intereses, la dotación de los fondos obligatorios y el pago de impuestos se distribuye entre los socios en proporción a la participación realizada por cada uno a la actividad o servicio cooperativizado. Es decir, que la ganancia o pérdida se distribuye según el valor realmente aportado por cada uno de los socios; y no según la aportación realizada al capital social de la sociedad cooperativa.

⁸⁷ ESPAÑA: LEY 3/1987..., *opus cit.*, artículo 47.2.

⁸⁸ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *Precisiones...*, *opus cit.*, p. 159.

1.1.2.1.2.6.3.1.3.2. La
limitación del interés para
las aportaciones de
capital.

La limitación del interés para las aportaciones de capital expresa la posibilidad de remunerar el capital social, que es un préstamo de los socios a la sociedad cooperativa⁸⁹; siendo, en todo caso, esta remuneración limitada. Esta limitación insiste en la función subsidiaria del capital social en este tipo de empresa.

Por otro lado, se pretende que el socio más beneficiado, sea el que más participa en el proceso real y no el que aporte más capital, para de esta manera evitar la pérdida de la esencia de la sociedad cooperativa.

La estructura del tipo de interés, con el que se remunera a las aportaciones al capital social, en el Estado español se compone de un tipo de referencia más una banda máxima de puntos por encima. En la situación legal actual, el tipo de referencia es el tipo legal del dinero en el ejercicio más seis puntos⁹⁰.

Esta nueva situación, que supone una considerable mejora, respecto a las situaciones legales anteriores, hace más atractivos los préstamos de los socios a la sociedad cooperativa⁹¹, pudiendo así competir con otras formas de ahorro que hay en el mercado.

⁸⁹ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *Estudio del régimen económico y de la contabilidad de la empresa cooperativa en relación con la LEY 3/1987, de 2 de abril, General de Cooperativas*, **Revista de Estudios Cooperativos (REVESCO)**, Ns. 54 y 55, octubre, 1988, pp. 169-224, pp. 202-207.

⁹⁰ ESPAÑA: REAL DECRETO 84/1993..., *opus cit.*, artículo 12.2, 2º párrafo.

ESPAÑA: LEY 3/1987..., *opus cit.*, artículo 76.

⁹¹ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ; A.P. GÓMEZ APARICIO; R.J. PALOMO ZURDO: *Estudio de la normativa reciente...*, *opus cit.*, pp. f-191-f-192.

1.1.2.1.2.6.3.1.4. El principio
de autonomía e
independencia.

Este principio establece que las sociedades cooperativas son organizaciones autónomas, controladas por sus socios.

Las sociedades cooperativas, conservando su autonomía e independencia, pueden realizar acuerdos y/o convenios con cualquier tipo de organización para el desarrollo de sus fines.

1.1.2.1.2.6.3.1.5. El principio
de educación y
formación.

Según esta regla la sociedad cooperativa ha de contribuir a la educación y formación de sus socios y sus asalariados, y al fomento del cooperativismo. Se pretende mejorar tanto las habilidades técnicas, como la cultura empresarial genérica y propia de los socios.

La educación y la formación, entendidas como un proceso de adoctrinamiento⁹², pretende conseguir una mayor implicación del socio en su participación, en todos los sentidos, en la sociedad cooperativa.

La educación y la formación se puede clasificar con base en dos criterios:

a.- Según el tipo de conocimientos:

- Empresariales, común a cualquier tipo de empresa.
- Cooperativos, en relación con la filosofía y cultura propia de este tipo de empresas.

⁹² H. MINTZBERG: *La estructuración...*, *opus cit.*, p. 129.

b.- Según el tipo de agentes a quien va dirigida, distinguiendo:

- Socios y asociados.
- Personal de la propia sociedad cooperativa: asalariados y directivos.
- Personal no vinculado directamente con la sociedad cooperativa.

La aplicación del principio de educación se concreta, en su vertiente financiera y en el Estado español, en la dotación del denominado “Fondo de Educación y Promoción”.

1.1.2.1.2.6.3.1.6. El principio de intercooperación⁹³.

La intercooperación es un principio que propugna la colaboración entre las sociedades cooperativas para intentar mejorar el desarrollo de las mismas y de los intereses de sus socios; convirtiéndose en una estrategia específica buscando el efecto sinérgico⁹⁴.

1.1.2.1.2.6.3.1.7. El principio de interés por la comunidad.

Las sociedades cooperativas deben intentar fomentar el desarrollo de la comunidad en la que realizan su actividad, procurando ser respetuosas con el medio ambiente.

Este principio "abre unas perspectivas sugestivas: los socios, proveedores o consumidores, en tanto que radicados en un territorio y miembros de una comunidad determinada, se ven afectados directamente por el efecto depredador que ellos mismos pueden ocasionar por su contribución al proceso de producción o de consumo,

⁹³ A este respecto ver:

C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *La concentración económico-empresarial...*, *opus cit.*.
A. MARTÍNEZ CHARTERINA: *Análisis de la integración cooperativa*, Universidad de Deusto, Bilbao, 1990.

⁹⁴ A este respecto ver el epígrafe 3.2.2. Las necesidades específicas: el principio cooperativo de intercooperación, pp. 209-211.

respectivamente, en el que participan y que controlan democráticamente"⁹⁵; por tanto, han de tomar decisiones que consideren estos efectos.

1.1.2.1.2.6.3.2. Los principios
cooperativos y su inclusión
en la legislación sobre
sociedades cooperativas.

La legislación española, tanto la del Estado español como la de las Comunidades Autónomas con competencias en materia de sociedades cooperativas, han incluido en su articulado los principios cooperativos, de manera expresa o tácita, tal y como se contiene en el siguiente cuadro.

⁹⁵ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *Las sociedades cooperativas de derecho...*, *opus cit.*, p. 68.

Ámbito territorial	Los principios cooperativos
Comunidad Autónoma de Andalucía ⁹⁶	<p>“Los principios generales que informan la constitución y funcionamiento de las sociedades cooperativas andaluzas son los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Libre adhesión y baja voluntaria. b) Variabilidad del capital social y del número de socios. c) Igualdad de derechos y obligaciones entre los socios. d) Gestión y control democrático. e) Interés voluntario y limitado a las aportaciones al capital social. f) Participación en los excedentes, en proporción a la actividad desarrollada en la cooperativa. g) Educación y formación cooperativa de sus miembros y difusión en la comunidad del espíritu cooperativo. h) Promoción de las relaciones intercooperativas para el mejor servicio de sus intereses comunes”.
Comunidad Autónoma de Cataluña ⁹⁷	<p>“Las cooperativas se ajustarán a los siguientes principios:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) No pueden depender de ninguna organización política, religiosa o sindical. b) Deben respetar la igualdad de derechos y obligaciones de todos los socios... c) La distribución de los excedentes será proporcional a la participación de cada asociado en las operaciones sociales. d) El interés a las aportaciones sociales, si se acuerda establecerlo, será limitado. e) El establecimiento de relaciones intercooperativas es necesario para la consolidación y desarrollo de las cooperativas y del movimiento cooperativo. f) La formación y la promoción cooperativas serán siempre objeto básico de la sociedad cooperativa”.
Comunidad Autónoma del País Vasco ⁹⁸	<p>“La cooperativa deberá ajustar su estructura y funcionamiento a los principios cooperativos, que serán aplicados en el marco de la presente Ley”.</p>
Comunidad Autónoma de Valencia ⁹⁹	<p>“La Cooperativa tendrá que inspirarse en los principios cooperativos formulados por la Alianza Cooperativa Internacional y que a efectos de esta Ley son los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Libre adhesión y baja voluntaria de los socios. 2. Autonomía, gestión y control democráticos e igualdad de derechos políticos y económicos entre los socios. 3. Remuneración limitada a las aportaciones a capital social en el caso de que los Estatutos sociales la establezcan. 4. Derecho de los socios a participar en la distribución de los excedentes de ejercicio en proporción a los servicios cooperativos utilizados, si la Asamblea general acuerda su distribución a los socios. 5. Educación y promoción cooperativa. 6. Establecimiento de toda clase de relaciones intercooperativas, tanto económicas como federativas”.
Comunidad Foral de Navarra ¹⁰⁰	<p>“Las cooperativas son sociedades que, ajustándose en su organización y funcionamiento a los principios formulados por la Alianza Cooperativa Internacional en los términos expresados en la presente Ley Foral...”.</p>
Estado español ¹⁰¹	<p>“Las Cooperativas se ajustarán en su estructura y funcionamiento a los principios cooperativos formulados por la Alianza Cooperativa Internacional en los términos establecidos en la presente Ley”</p>

Cuadro 1.3.
Los principios cooperativos en el ordenamiento jurídico español.

⁹⁶ COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA: LEY 2/1985..., *opus cit.*, artículo 2.2.

⁹⁷ COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CATALUÑA: DECRETO LEGISLATIVO 1/1992..., *opus cit.*, artículo 1.3.

⁹⁸ COMUNIDAD AUTÓNOMA DEL PAÍS VASCO: LEY 4/1993..., *opus cit.*, artículo 1.2.

⁹⁹ COMUNIDAD AUTÓNOMA DE VALENCIA: LEY 11/1985..., *opus cit.*, artículo 3; modificada por COMUNIDAD AUTÓNOMA DE VALENCIA: LEY 3/1995..., *opus cit.*, artículo primero.

¹⁰⁰ COMUNIDAD FORAL DE NAVARRA: LEY FORAL 12/1996..., *opus cit.*, artículo 2.

¹⁰¹ ESPAÑA: LEY 3/1987..., *opus cit.*, artículo 1.3.

1.1.2.1.2.6.4. La tipología de la sociedad cooperativa.

La sociedad cooperativa puede ser clasificada con base en varios criterios: según la legislación en materia de sociedades cooperativas, según la participación del socio en el proceso de producción y distribución de bienes y servicios y según el sector económico de actividad.

1.1.2.1.2.6.4.1. La tipología de la sociedad cooperativa según la legislación.

El ordenamiento jurídico español en materia de sociedades cooperativas, tanto el del Estado español como el de las Comunidades Autónomas españolas, las clasifica atendiendo al principio mutualista.

Este principio, tiene su lógica al tratar de conseguir homogeneidad en el modo de participación de los socios en el proceso de producción y distribución de bienes y servicios; pero provoca, que la sociedad cooperativa haya tenido y tenga dificultades para entrar en procesos de concentración económico-empresarial¹⁰², debido a que el mutualismo lleva consigo una exclusividad en las operaciones que realizan¹⁰³; es decir, la sociedad cooperativa solo puede realizar actividades y prestaciones en favor de sus socios.

La aplicación de este principio mutualista para clasificar a las sociedades cooperativas se deriva de la afinidad entre aquéllas y las mutuas que propone el Código de Comercio¹⁰⁴, no considerándolas como sociedades mercantiles¹⁰⁵.

¹⁰² C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *Precisiones...*, *opus cit.*.

¹⁰³ E. BALLESTERO PAREJA: *Teoría económica de las cooperativas*, Alianza Universidad, Madrid, 1983, p. 56.

¹⁰⁴ ESPAÑA: *Código Comercio*, *opus cit.*, artículo 124.

¹⁰⁵ A este respecto ver el epígrafe 1.1.2.1.2.6.1.4.1. La discusión sobre el carácter jurídico de la sociedad cooperativa, pp. 15-16.

Sin embargo, es necesario entender el mutualismo, o la aplicación de principio mutualista como un comportamiento por el que algunas personas ponen algo en común para ayudarse y conseguir los objetivos que de forma aislada no podrían alcanzar. Ahora bien, este carácter no es sólo propio de las sociedades cooperativas, sino de cualquier tipo de organización¹⁰⁶.

La mayoría de las legislaciones en materia de sociedades cooperativas de las distintas Comunidades Autónomas españolas proponen una clasificación similar a la propuesta por la Ley General de sociedades cooperativas del Estado español, con algunas diferencias, en cuanto a dejar de incluir o proponer nuevos tipos de sociedades cooperativas.

El siguiente cuadro trata de manifestar estas desigualdades y analogías.

¹⁰⁶ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *Precisiones...*, *opus cit.*.

Tipos de sociedades cooperativas	Estado español ¹⁰⁷	C.A. de Andalucía ¹⁰⁸	C. A. de Cataluña ¹⁰⁹	C. Foral de Navarra ¹¹⁰	C. A. del País Vasco ¹¹¹	C.A. del Valencia ¹¹²
Trabajo asociado	X	X	X	X	X	X
Consumidores y usuarios	X	X	X	X	X	X
Viviendas	X	X	X	X	X	X
Agrarias	X	X	X	X ¹¹³	X	X
Explotación comunitaria de la tierra	X	X	X		X	X
Servicios: Profesionales Empresariales Institucionales	X	X	X	X	X X X	X X
Mar	X					
Transporte	X			X		X
Seguros	X	X	X	X	X	X
Sanitarias: Sanitarias, propiamente dichas Instalaciones	X		X	X	X X	X
Enseñanza	X		X		X	X
Educacionales	X			X		
Crédito	X	X	X	X	X	X
Integración social				X	X	X
Servicios públicos						X
Mixta			X		X	X

Cuadro 1.4.
La tipología de las sociedades cooperativas según las legislaciones del Estado español.

De esta clasificación de las sociedades cooperativas, es preciso reseñar algunos datos de interés:

1. - Las distintas legislaciones de las Comunidades Autónomas del Estado español no regulan de manera específica algunos tipos de sociedades cooperativas: las sociedades cooperativas del mar y las sociedades cooperativas de transportistas. Ambas clases de sociedades cooperativas se contemplan como sociedades cooperativas de servicios, definidas como aquéllas en las que los socios y el objeto

¹⁰⁷ ESPAÑA: LEY 3/1987..., *opus cit.*, Capítulo XII.

¹⁰⁸ COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA: LEY 2/1985..., *opus cit.*, Título II.

¹⁰⁹ COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CATALUÑA: DECRETO LEGISLATIVO 1/1992..., *opus cit.*, Título I, Capítulo 8.

¹¹⁰ COMUNIDAD FORAL DE NAVARRA: LEY FORAL 12/1996..., *opus cit.*, Título II, Capítulo I.

¹¹¹ COMUNIDAD AUTÓNOMA DEL PAÍS VASCO: LEY 4/1993..., *opus cit.*, Título II, Capítulo I.

¹¹² COMUNIDAD AUTÓNOMA DE VALENCIA: LEY 11/1985..., *opus cit.* Título I, Capítulo VII; modificada por COMUNIDAD AUTÓNOMA DE VALENCIA: LEY 3/1995..., *opus cit.*, artículo primero.

¹¹³ La Ley de la Comunidad Foral de Navarra incluye dentro de las sociedades cooperativas agrarias a: las sociedades cooperativas de campo, las sociedades cooperativas de utilización de maquinaria agrícola (CUMAS) y las sociedades cooperativas de explotación comunitaria de la tierra.

social no concurren circunstancias o peculiaridades que permitan su clasificación como otra clase de sociedad cooperativa tipificada en la legislación en materia de sociedades cooperativas.

Por otro lado, la Comunidad Autónoma del País Vasco subclasifica las sociedades cooperativas de servicios en: servicios profesionales; servicios empresariales (para llevar a cabo funciones de gestión empresarial); y servicios institucionales (que agrupan a corporaciones, organismos públicos, fundaciones, sindicatos y asociaciones de todo tipo para cubrir necesidades organizativas).

2.- La creación de la sociedad cooperativa mixta. Esta clase de sociedad cooperativa tiene diferentes definiciones según la Comunidad Autónoma del Estado español a la que nos estemos refiriendo.

- a) En el caso de la Comunidad Autónoma de Valencia se contempla como una sociedad cooperativa de trabajo asociado y de consumidores, para el caso de las sociedades cooperativas de enseñanza y de las sociedades cooperativas de transporte.
- b) En el caso de la Comunidad Autónoma de Cataluña, se define como la que cumple funciones, y por tanto realiza actividades, de dos o más clases de sociedades cooperativas; rompiendo el criterio mutualista de clasificación.
- c) En el caso de la Comunidad Autónoma del País Vasco, admite socios de capital (socios inversores), con una participación que como máximo puede llegar a ser del cuarenta y nueve por ciento de los votos sociales, regulándose esta participación por lo dispuesto en la legislación de las sociedades anónimas, para las acciones¹¹⁴. Por otra parte, la distribución del beneficio está en función de la proporción de cada tipo de socio en el porcentaje de votos. Se puede considerar que este tipo de sociedad cooperativa es una adaptación de la sociedad anónima laboral.

¹¹⁴ ESPAÑA: REAL DECRETO LEGISLATIVO 1564/1989, de 22 de diciembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Sociedades Anónimas, **B.O.E.** del 27.

- 3.- Con el objetivo de adaptarse a la nuevas necesidades, las legislaciones más novedosas¹¹⁵, han creado nuevos tipos de sociedades cooperativas: la sociedad cooperativa de integración social¹¹⁶ y la sociedad cooperativa de servicios públicos, tomando como criterio las características de sus socios: en las primeras son disminuidos, tanto físicos como psíquicos; y en las segundas las Administraciones Públicas y los consumidores de servicios públicos.
- 4.- La Ley de la Comunidad Autónoma del País Vasco subclasifica a las sociedades cooperativas sanitarias en: sociedades cooperativas sanitarias propiamente dichas, y sociedades cooperativas de instalaciones sanitarias, dedicadas a promover, equipar, administrar, sostener y gestionar hospitales, clínicas y establecimientos análogos, destinados a prestar asistencia sanitaria a sus socios y sus beneficiarios.

1.1.2.1.2.6.4.2. La tipología de la sociedad cooperativa atendiendo a la participación del socio en el proceso de producción y distribución de bienes y servicios¹¹⁷.

Debido a las confusiones que provoca la clasificación de las sociedades cooperativas según el criterio mutualista, por la variedad de legislaciones en materia de sociedades cooperativas en el Estado español, que hace que el entramado legal sea cada vez más complejo; es necesario utilizar otro tipo de clasificación de las sociedades cooperativas.

En efecto, las sociedades cooperativas se pueden clasificar atendiendo a la participación de los socios en los procesos reales de la sociedad cooperativa: producción y distribución de bienes y servicios:

¹¹⁵ Comunidad Foral de Navarra, Comunidad Autónoma del País Vasco y Comunidad Autónoma de Valencia.

¹¹⁶ Con la denominación de sociedad cooperativa de bienestar social en la Comunidad Foral de Navarra

¹¹⁷ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *El problema...*, *opus cit.*

- De proveedores.

Los socios aportan bienes y servicios¹¹⁸ para su producción y/o distribución posterior.

- De consumidores.

Los socios adquieren bienes y servicios producidos y/o adquiridos por la sociedad cooperativa.

La clasificación de las sociedades cooperativas, según este criterio, se contiene en el siguiente cuadro.

Tipos de sociedades cooperativas	Proveedores	Consumidores
Trabajo asociado	X	
Consumidores y usuarios		X
Viviendas		X
Agrarias	X	X
Explotación comunitaria de la tierra	X	
Servicios	X	X
Mar	X	X
Transportistas	X	X
Seguros		X
Sanitaria	X	X
Enseñanza	X	X
Educacional		X
Crédito		X

Cuadro 1.5.

La tipología de las sociedades cooperativas atendiendo a la participación del socio en el proceso de producción y distribución.

1.1.2.1.2.6.4.3. La tipología de la sociedad cooperativa atendiendo al sector económico de actividad.

Las sociedades cooperativas se pueden clasificar atendiendo al sector económico de actividad que desarrollan.

¹¹⁸ El término servicios incluye la aportación de trabajo de los socios, en el caso de una sociedad cooperativa de trabajo asociado.

En este sentido, se pueden distinguir tres clases de sociedades cooperativas de acuerdo con los sectores económicos¹¹⁹:

- Sociedades cooperativas en el sector primario o extractivo.
- Sociedades cooperativas en el sector secundario o industrial.
- Sociedades cooperativas en el sector terciario o de servicios.

1.1.2.2. La denominada “economía social”: concepto y contenido¹²⁰.

1.1.2.2.1. El concepto de “economía social”.

En los últimos años, cada vez está más extendido el término “economía social” que es confuso, y además “es una expresión redundante: toda economía, sea o no sea susceptible de ser objeto de estudio científico, se ocupa de problemas de la sociedad”¹²¹;

¹¹⁹ C. CLARK: **The Conditions of Economic Progress**, MacMillan, London, 1957.

¹²⁰ Para un análisis específico puede verse entre otros:

J. BAREA TEJEIRO: *Concepto y agentes de la economía social*, **CIRIEC-España**, N. 8, octubre, 1990, pp. 109-117.

D. BESSE: **Histoire Illustrée de l'Economie Sociale**, FONDES, París, 1987.

F. BOURSIER: **L'Economie Sociale: Mythes et Realités**, Chronique Sociales, Lyon, 1984.

COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES: **L'Economie Cooperative, Mutualiste et Associative.**

Contributions a la Construction de l'Europe, Comité Economique et Social des Communautés Européennes, Bruxelles, 1987.

G. FABRETTI: *La economía social en Europa*, **CIRIEC-España**, N. 2, octubre-diciembre, 1987, pp. 7-14.

C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *Precisiones...*, *opus cit.*

C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *La economía social...*, *opus cit.*

INFORMATIONS SOCIALES: *La Nouvelle Ascension de l'Economie Sociale*, **Informations Sociales**, 1984, N. 1, pp. 2-75.

H.H. MÜNKNER: *Aspects Juridiques de l'Economie Sociale en Europe*, **Revue des Études Cooperatives, Mutualistes et Associatives**, N. 27, Troisième Trimestre, 1988, Fondation du Credit Cooperatif, Nanterre (France).

A. NEURRISSE: **L'Economie Sociale**, Presses Universitaires de France, París, 1983.

A. RAUCH; R. CEDRÓN DÍAZ: *Análisis de la política de la Comunidad Europea respecto a las empresas de economía social*, **Economía y Sociología del Trabajo**, N. 12, junio, 1991, pp. 47-50.

D. SICOT: *Economie Sociale: les Habits Neufs d'une Idee Centenaire*, (Dossier), **Science et Vie Economique**, N. 37, Mars 1988, pp. 49-60.

G. VIENNEY: *Concepts et Champs de l'Economie Sociale*, **Revue des Études Cooperatives**, N. 9, 1983, pp. 50-68.

¹²¹ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *Precisiones...*, *opus cit.*, p. 165.

pero a pesar de las críticas y de la amplitud de la expresión, de lo poco claro y difuso, tiene la ventaja que "es una expresión que tiene de conveniente lo bien implantada y generalizada que se encuentra, aunque sea una etiqueta que signifique cosas distintas según quien la utiliza"¹²².

La difusión del término "economía social" ha dado lugar a múltiples definiciones, realizadas en función de unos determinados tópicos; siendo sinónimo de marginal, trato de favor, de parte de la sociedad que está necesitada de apoyo, protección, subvencionada, sin iniciativa y con restricciones¹²³.

Entre las definiciones de la "economía social", se pueden destacar las siguientes:

- Las empresas caracterizadas por la voluntad de asociación, la distribución democrática de poder y la rentabilidad de su gestión¹²⁴.
- "...por exclusión del campo de lo público y lo privado capitalista"¹²⁵.
- "Toda actividad económica, de carácter privado, basada en la asociación de personas en entidades de tipo democrático y participativo, con primacía de las aportaciones personales y de trabajo sobre las del capital"¹²⁶.
- "Todas aquellas organizaciones económico-sociales que tienen vinculación con la sociedad: las sociedades cooperativas y las sociedades laborales; pero también las empresas públicas, las fundaciones, los clubs deportivos, las mutuas, las empresas poseídas por sindicatos y centrales sindicales, las cooperativas municipales, etc.; pudiéndose llegar a ampliar el horizonte hasta extremos insospechados"¹²⁷.

¹²² C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *La economía social...*, *opus cit.*, p. 196.

¹²³ *Ibid.*, p. 195.

¹²⁴ I. VIDAL: *La economía social en España*, CIRIEC-España, N. 8, octubre, 1990, pp. 27-48, p. 28.

¹²⁵ J.L. MONZÓN CAMPOS: *La economía social: tercer sector en un nuevo escenario*, en DEFOURNY, J.; MONZÓN CAMPOS, J.L. (Directores): *Economía social. Entre economía capitalista y economía pública*, CIRIEC-España, Valencia, 1992, pp. 11-16, p. 11.

¹²⁶ COMITÉ ESPAÑOL PERMANENTE DE LA ECONOMÍA SOCIAL: *Manifiesto-programa de la economía social*, I Congreso de la Economía Social, Madrid, 11 de diciembre de 1993, p. 1.

¹²⁷ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *La economía social...*, *opus cit.*, p. 196.

De las anteriores definiciones, se deduce que el concepto está compuesto de muchas y variadas formas de organización, encontrándose múltiples propuestas de las empresas y/o entidades que deben incluirse en el conjunto de la “economía social”.

En este contexto, el término “economía social” es un "concepto demasiado amplio como para poder referirse a él de un modo sistemático"¹²⁸, pero "aparte de lo amplio, ambiguo y abstracto del término, admitiendo que es una etiqueta europea para reconocer empresas y actividades económicas de capitalismo no convencional, las empresas de participación son componentes de la Economía social"¹²⁹.

1.1.2.2.2. El origen y la evolución de la “economía social”.

El término de “economía social” es adoptado de la doctrina francesa, con origen en el socialismo francés¹³⁰, incluye a las sociedades cooperativas, a las mutualidades y a las asociaciones.

Pero a su vez, el término deriva del concepto *Gemeinwirtschaft* o economía de la comunidad o de los asuntos colectivos, surgido en el siglo XIX como una alternativa a la economía de mercado; y engloba a empresas, que independientemente de su forma jurídica, tienen objetivos sociales, incluyendo a las empresas del sector público¹³¹.

1.1.2.2.3. Las características de la “economía social”.

Entre las características de las entidades pertenecientes a la “economía social”, se pueden destacar¹³²:

- a) La finalidad del servicio a los miembros o al entorno.

¹²⁸ *Ibidem*.

¹²⁹ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *La economía social...*, opus cit., pp. 196-197.

¹³⁰ D. BESSE: *Histoire illustrée...*, opus cit..

¹³¹ W. HESSELBACH: *Las empresas de la economía de interés general*, Siglo XXI, México, 1978.

¹³² J. BAREA TEJEIRO; J.L. MONZÓN CAMPOS (Directores): *Libro blanco de la economía social en España*, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, Madrid, 1992, p. 8.

- b) La autonomía de gestión.
- c) Los procesos de decisión democrática.
- d) La primacía de las personas y del trabajo sobre el capital en el reparto de las rentas.

1.1.2.2.4. La “economía social” en España¹³³.

La expresión de “economía social” se adopta en España en los años ochenta, reuniendo en este concepto a las sociedades cooperativas, las mutualidades y las asociaciones.

Partiendo del contenido francés de la “economía social”, añadiendo las entidades genuinamente españolas (las sociedades anónimas laborales, las sociedades agrarias de transformación y las cofradías de pescadores), las entidades que componen la “economía social” en España, se clasifican atendiendo al carácter empresarial o no de las mismas¹³⁴:

Las entidades de la “economía social” en España.	
Las organizaciones empresariales de la “economía social”.	Las organizaciones no empresariales de la “economía social”.
<ul style="list-style-type: none"> • Las sociedades cooperativas. • Las sociedades anónimas laborales. • Las sociedades agrarias de transformación. • Las mutuas de seguros. • Las mutualidades de previsión social. • Las cofradías de pescadores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Las asociaciones. • Las fundaciones. • Las organizaciones de voluntariado social. • Los sindicatos. • Otras.

Cuadro 1.6.
La clasificación de las entidades de la “economía social” en España.

¹³³ Sobre este aspecto ver entre otros:

B. BAKAIKOA; A. ERRASTI; A. MENDIZABAL: *Aproximación a la economía social en Euskal Herria. Presente y retos de futuro*, **Revista Vasca de Economía (Ekonomiaz)**, N. 33, Tercer cuatrimestre, 1995, pp. 154-183.

J. BAREA TEJEIRO; J.L. MONZÓN CAMPOS (Directores): **Libro blanco...**, *opus cit.*

J. BAREA TEJEIRO; J.L. MONZÓN CAMPOS: *La economía social en España*, en DEFOURNY, J.; MONZÓN CAMPOS, J.L. (Directores): **Economía social. Entre economía capitalista y economía pública**, CIRIEC-España, Valencia, 1992, pp. 131-156.

C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *La economía social...*, *opus cit.*

J.L. MONZÓN CAMPOS: *L'Economie Sociale et Cooperative en Espagne*, **Les Annales de l'Economie Sociale, Publique et Cooperative**, 1988, pp. 23-29.

A.C. MORALES GUTIÉRREZ: *La economía social en Andalucía*, **CIRIEC-España**, N. 2, octubre-diciembre, 1987, pp. 105-142.

F. VICENT CHULÍA: *Perspectiva jurídica...*, *opus cit.*

I. VIDAL: *La economía social...*, *opus cit.*

¹³⁴ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *La economía social...*, *opus cit.*, p. 196.

Las organizaciones no empresariales de la economía social tienen su origen en organizaciones humanitarias, y en iniciativas promovidas tanto por grupos políticos como sindicales. Este tipo de organizaciones se dedican a actividades que las distintas Administraciones Públicas no realizan¹³⁵: la asistencia a grupos marginales, los servicios de proximidad, como el servicio doméstico; la gestión medioambiental; la cooperación para el desarrollo, etcétera.

Mención especial merecen los sindicatos, que en los últimos años se han dedicado, aparte de sus funciones propias, a realizar actividades del estado del bienestar; promoviendo empresas de participación, fundamentalmente a través de sociedades cooperativas.

1.2. El proceso de constitución y disolución de la sociedad cooperativa.

En este epígrafe, se enumera de forma sintética y con carácter formal el procedimiento administrativo que regula la constitución y la disolución de la sociedad cooperativa.

El análisis del procedimiento administrativo se va a realizar siguiendo la Ley General de Cooperativas del Estado español¹³⁶ por ser la más amplia y aplicable donde no haya legislación autonómica y con carácter subsidiario donde la haya.

1.2.1. El proceso formal de constitución de la sociedad cooperativa.

1.2.1.1. La constitución de la sociedad cooperativa.

La creación de la sociedad cooperativa puede realizarse de tres formas diferentes, que se contemplan en la siguiente figura.

¹³⁵ E. ARCHAMBAULT: *¿Está la economía social asociada a las grandes funciones económicas de los poderes públicos?*, **Boletín de Estudios y Documentación (Cooperativismo y Economía Social)**, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, julio-agosto 1987, pp. 4-33.

¹³⁶ ESPAÑA: LEY 3/1987..., *opus cit.*

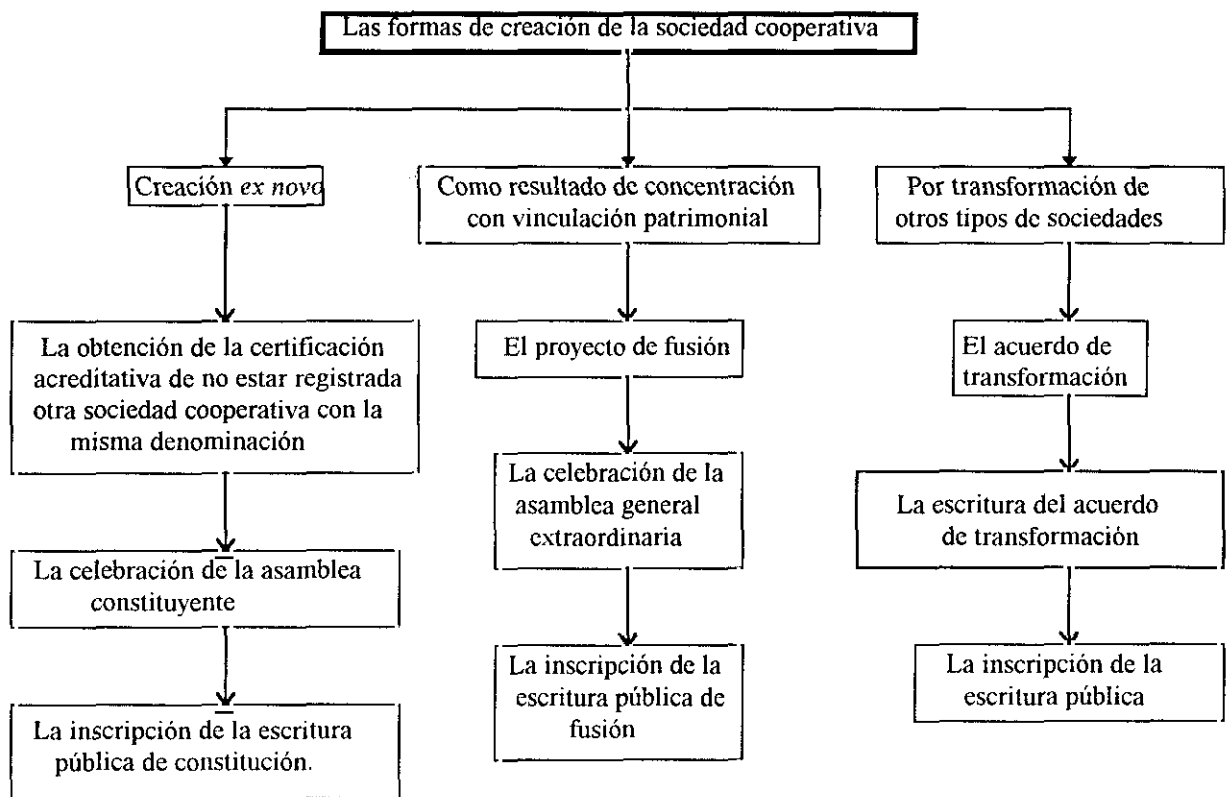


Figura 1.1.
Las formas de constitución de la sociedad cooperativa.

1.2.1.1.1. La constitución de la sociedad cooperativa como creación *ex novo*.

El procedimiento de constitución es muy laborioso; se compone de una serie de trámites administrativos.

1.2.1.1.1.1. La obtención de la certificación acreditativa de no haber otra sociedad cooperativa registrada con la misma denominación¹³⁷.

¹³⁷ *Ibíd.*, artículo 8.

La certificación, con una validez de cuatro meses, se obtiene en la Sección Central del Registro de Cooperativas del Instituto Nacional de Fomento de la Economía Social, dependiente del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.

1.2.1.1.1.2. La asamblea constituyente¹³⁸.

La asamblea constituyente está compuesta por todos los socios promotores, que como mínimo han de ser cinco, que deben reunir los requisitos exigidos para adquirir la condición de socio¹³⁹, que depende de cada tipo de sociedad cooperativa¹⁴⁰, y haber desembolsado la cuantía mínima de la aportación al capital social, es decir, un veinticinco por ciento¹⁴¹.

El acta de la asamblea constituyente debe contener:

- La relación de los promotores con sus datos personales¹⁴².
- La elección, entre los promotores asistentes, del presidente y del secretario de la asamblea constituyente.
- Los acuerdos adoptados, entre ellos necesariamente:
 - a.- El nombramiento de los gestores, que han de realizar todos los actos necesarios para que la sociedad cooperativa pueda constituirse¹⁴³. Es necesario hacer notar, que dado que la sociedad cooperativa no está constituida, los gestores responden de manera solidaria de los actos y contratos celebrados en nombre de aquella¹⁴⁴.
 - b.- La descripción de la clase de sociedad cooperativa a constituir.
 - c.- La aprobación de los estatutos sociales.

¹³⁸ *Ibid.*, artículo 9.

¹³⁹ *Ibid.*, artículo 31.

¹⁴⁰ Ver:

ESPAÑA: LEY 3/1987..., *opus cit.*, Capítulo XII.

¹⁴¹ *Ibid.*, artículo 73.2.

¹⁴² En el caso de personas físicas ha de figurar: el nombre, los apellidos, la edad, el estado civil, el documento nacional de identidad, la profesión, el domicilio y la nacionalidad. En el caso de personas jurídicas ha de recoger: la denominación o razón social, el código de identificación, el domicilio y la nacionalidad.

¹⁴³ ESPAÑA: LEY 3/1987..., *opus cit.*, artículo 10.1.

¹⁴⁴ *Ibid.*, artículo 10.2.

- d.- La elección de los miembros de los órganos de la sociedad: el consejo rector, los interventores, el comité de recursos y otros órganos que la asamblea constituyente estime oportuno crear.
- e.- La designación de las personas que han de otorgar la escritura pública de constitución (no inferior a cinco, y entre ellos el secretario de la asamblea constituyente, los gestores, y los cargos del consejo rector y los interventores).
- f.- El establecimiento de la forma y el plazo del desembolso de la aportación obligatoria mínima al capital social, suscrita y no desembolsada; y en su caso, la valoración de las aportaciones no dinerarias.

1.2.1.1.3. La inscripción en el Registro de Cooperativas de la escritura pública de constitución.

Con este trámite la sociedad cooperativa adquiere personalidad jurídica propia, y debe realizarse en un plazo máximo de un año, a contar desde la fecha de la celebración de la asamblea constituyente.

El proceso de inscripción se realiza en tres fases:

1.2.1.1.3.1. La solicitud de calificación previa del proyecto de los estatutos sociales¹⁴⁵.

Esta fase no es necesaria en el caso de que la escritura pública de constitución fuese otorgada por la totalidad de los promotores de la sociedad cooperativa.

La documentación que es necesario acompañar a la solicitud de calificación de los estatutos sociales, y que deben presentar los gestores, es la siguiente:

¹⁴⁵ *Ibíd.*, artículo 13.

- El acta de la asamblea constituyente, por duplicado.
- El proyecto de estatutos sociales, por duplicado.
- El certificado de la Sección Central del Registro de Cooperativas, de que no aparece inscrita otra sociedad cooperativa con idéntica denominación.
- La autorización del Ministerio de Economía y Hacienda, en el caso de una sociedad cooperativa de crédito o de seguros.

1.2.1.1.1.3.2. La escritura pública de constitución¹⁴⁶.

La formalización de la creación de la sociedad cooperativa en escritura pública, tiene por objeto fortalecer las garantías de todas aquellas personas que se relacionan con la sociedad cooperativa: los futuros socios, los terceros contratantes y la Administración Pública.

La escritura pública debe contener:

- La certificación de que no hay otra sociedad cooperativa con idéntica denominación.
- La relación de promotores y la manifestación de que todos ellos reúnen los requisitos necesarios para adquirir la condición de socio.
- La voluntad de fundar una sociedad cooperativa.
- Los estatutos de la sociedad, señalando si su texto ha sido calificado por el Registro de Cooperativas, en los que necesariamente tiene que constar: la denominación, el domicilio, el ámbito territorial, la duración de la sociedad, el tipo de responsabilidad de los socios, las aportaciones mínimas obligatorias, el capital social mínimo, la forma de convocatoria de la asamblea general, y la aportación mínima del socio a la actividad cooperativizada.
- La manifestación de que el capital aportado por los promotores es superior al capital social mínimo fijado en los estatutos sociales.

¹⁴⁶ *Ibid.*, artículo 14.

- La declaración de las personas nombradas para ocupar los cargos de la sociedad: el consejo rector, los interventores, el comité de recursos, etcétera.

1.2.1.1.3.3. La inscripción de la escritura pública de constitución.

Los gestores, o quienes determinen los promotores que han otorgado la escritura pública de constitución, deben solicitar la inscripción de la sociedad cooperativa en el Registro de Cooperativas, en el plazo de dos meses desde su otorgamiento.

La solicitud de inscripción debe ir acompañada de los siguientes documentos¹⁴⁷:

- Una copia autorizada y tres copias simples¹⁴⁸ de la escritura de constitución.
- Una copia del título inscrito en el Registro Mercantil, en el caso de una sociedad cooperativa de crédito.
- Una declaración expresiva de la(s) actividad(es) que la sociedad cooperativa vaya a realizar con carácter predominante, identificándola(s) con la numeración y nomenclatura establecidas por la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE)¹⁴⁹.

1.2.1.1.2. La constitución de la sociedad cooperativa como resultado de la transformación de otras sociedades.

Los distintos tipos de empresas que se pueden transformar en sociedad cooperativa, así como las clases en que pueden transformarse están contenidas en el siguiente cuadro:

¹⁴⁷ *Ibíd.*, artículo 15.

¹⁴⁸ En el caso de una sociedad cooperativa de seguros se necesitan cuatro copias.

¹⁴⁹ ESPAÑA: REAL DECRETO 1560/1992, de 18 de diciembre, por el que se aprueba la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE-93), **B.O.E.** del 22.

Tipos de empresas que se pueden transformar en sociedades cooperativas		Tipos de sociedades cooperativas en las que se pueden transformar
Empresas de participación	Sociedad agraria de transformación	Sociedad cooperativa agraria. Sociedad cooperativa de explotación comunitaria de la tierra. Sociedad cooperativa de trabajo asociado.
	Sociedad anónima laboral	Sociedad cooperativa de trabajo asociado.
Empresas capitalistas convencionales	Sociedades de responsabilidad limitada	Cualquier clase de sociedad cooperativa.

Cuadro 1.7.

La constitución de la sociedad cooperativa como resultado de la transformación de otra sociedad.

1.2.1.1.2.1. La constitución de la sociedad cooperativa como resultado de la transformación de empresas de participación¹⁵⁰.

El procedimiento formal para la transformación consta de las siguientes etapas:

1.- El acuerdo de transformación, que ha de ser adoptado por la asamblea o junta general, con una mayoría de más de la mitad de los votos de la sociedad; y se ha de publicar en el Boletín Oficial de la provincia o de la comunidad autónoma y en un periódico de gran circulación de la provincia, en que la sociedad cooperativa tenga su sede social.

Este acuerdo obliga a los socios que hayan votado a favor de la transformación; los socios disidentes pueden separarse de la sociedad recibiendo la parte del patrimonio que les corresponda según el balance especial de transformación, que tiene que haber sido presentado con tres meses de antelación a la celebración de la asamblea general en la que se acuerde la transformación.

2.- La elevación del acuerdo de transformación a escritura pública, que debe contener:

- El balance especial de transformación.
- Una relación de los socios que adoptan el acuerdo y la participación en el patrimonio social.

¹⁵⁰ ESPAÑA: LEY 3/1987..., *opus cit.*, Disposición Adicional Tercera.

- El balance final tras las oportunas modificaciones.

3.- La inscripción de la escritura pública del acuerdo de transformación, para que sea efectiva, en el Registro de Cooperativas del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.

1.2.1.1.2.2. La constitución de la sociedad cooperativa como resultado de la transformación de empresas capitalistas convencionales.

La sociedad de responsabilidad limitada puede transformarse en sociedad cooperativa en los términos establecidos en la Ley de Sociedades de Responsabilidad Limitada¹⁵¹ y viceversa.

1.2.1.1.2.2.1. La transformación de la sociedad de responsabilidad limitada en sociedad cooperativa.

La transformación de la sociedad de responsabilidad limitada en sociedad cooperativa no cambia su personalidad jurídica, que desaparece como sociedad de responsabilidad limitada y aparece la sociedad cooperativa sin disolución; respondiendo los socios antiguos de las deudas y obligaciones anteriores contraídas a la transformación.

El procedimiento formal para la transformación consta de las siguientes etapas:

1.- El acuerdo de transformación¹⁵².

La transformación tiene que ser acordada por la junta general por más de la mitad de los votos sociales, que debe aprobar el balance de la sociedad, cerrado el día anterior

¹⁵¹ ESPAÑA: LEY 2/1995..., *opus cit.*, Capítulo VIII.

¹⁵² *Ibíd.*, artículo 88.

al del acuerdo; cumpliendo los requisitos exigidos para la constitución de la sociedad cooperativa¹⁵³.

El acuerdo de transformación no puede modificar las participaciones de los socios en el capital social de la sociedad que se transforma, y se les deben asignar las participaciones en el capital social de la nueva sociedad, de forma proporcional a las participaciones que poseían en la sociedad que se transforma.

2.- La escritura pública de transformación.

Esta tiene que ser otorgada por la sociedad y por todos los socios que pasen a responder personalmente de las deudas sociales; y debe contener un listado de los socios que se hayan separado y el capital social que representan¹⁵⁴.

3.- La inscripción de la escritura pública.

La escritura pública debe ser presentada para su inscripción en el Registro de Cooperativas, acompañada de la siguiente documentación¹⁵⁵:

- El balance general de la sociedad cerrado el día anterior a la fecha del acuerdo de transformación.
- El balance final de la sociedad cerrado el día anterior al otorgamiento de la escritura.
- La certificación del Registro Mercantil, en la que consten la transcripción literal de los asientos que hayan de quedar vigentes y la declaración de inexistencia de obstáculos para la inscripción de la transformación.

Una vez inscrita la transformación en el Registro de Cooperativas, debe ser comunicada al Registro Mercantil para publicar la transformación en el Boletín Oficial correspondiente.

¹⁵³ ESPAÑA: LEY 3/1987..., *opus cit.*, Título I, Capítulo II.

¹⁵⁴ ESPAÑA: LEY 2/1995..., *opus cit.*, artículo 89.

¹⁵⁵ *Ibid.*, artículo 90.2.

1.2.1.1.2.2.2. La transformación de la
sociedad cooperativa en sociedad de
responsabilidad limitada¹⁵⁶.

La sociedad cooperativa se puede transformar en sociedad de responsabilidad limitada, no afectando este proceso a la personalidad jurídica de la sociedad transformada.

Las etapas de este proceso de transformación son las siguientes:

- 1.- El acuerdo de transformación, que debe ser adoptado por la asamblea general, por más de dos tercios de los votos presentes y representados¹⁵⁷.
- 2.- La elevación del acuerdo de transformación a escritura pública, que tiene que contener las menciones previstas para la constitución de una sociedad de responsabilidad limitada, la relación de los socios que no acceden a la transformación y el capital social que representen.
- 3.- La inscripción de la escritura pública, que se ha de presentar para su inscripción en el Registro Mercantil tiene que estar acompañada de:
 - El balance general cerrado el día anterior al del acuerdo de transformación.
 - La certificación del Registro de Cooperativas en la que consten los asientos que vayan a quedar vigentes, así como, que no hay obstáculos para la inscripción de la transformación.
 - El balance final cerrado el día anterior al del otorgamiento de la escritura.

Inscrita la transformación, el Registro Mercantil comunica al Registro de Cooperativas la transformación, que ha de publicarla en el Boletín Oficial del Registro Mercantil.

Los fondos de reserva que no sean repartibles entre los socios se han de destinar al fomento de las sociedades cooperativas siendo, en el caso de la Ley General de

¹⁵⁶ *Ibid.*, artículo 93.

¹⁵⁷ ESPAÑA: LEY 3/1987..., *opus cit.*, artículo 49.2.

Cooperativas, el Instituto Nacional de Fomento de la Economía Social el encargado de ello.

Por otra parte, las deudas y responsabilidades de los socios contraídas antes de la transformación subsisten a menos que los acreedores sociales hubieran consentido expresamente la transformación, prescribiendo a los cinco años a contar desde la fecha de publicación de la transformación en el Boletín Oficial del Registro Mercantil.

1.2.1.1.3. La constitución de la sociedad cooperativa como resultado de concentración con vinculación patrimonial¹⁵⁸.

1.2.2. El proceso de disolución de la sociedad cooperativa.

La sociedad cooperativa puede entrar en un proceso de disolución por varias causas, a saber¹⁵⁹:

- El cumplimiento del término de duración fijado en los estatutos sociales.
- La imposibilidad de realizar la actividad de la sociedad cooperativa.
- La inactividad de los órganos sociales, por un período de dos años consecutivos.
- La paralización de la actividad de la sociedad cooperativa, sin una causa que lo justifique.
- La reducción tanto del número de socios como del capital social por debajo del mínimo establecido, y sin que en el plazo de seis meses se haya restablecido.
- La fusión o escisión de la sociedad cooperativa.
- La quiebra de la sociedad cooperativa.
- La decisión de la asamblea general.

¹⁵⁸ Este tipo de constitución se analiza en el epígrafe 3.5.2.1.2. El procedimiento formal de fusión entre sociedades cooperativas, pp. 285-286.

¹⁵⁹ ESPAÑA: LEY 3/1987..., *opus cit.*, artículo 103.

El proceso formal de disolución, y las distintas alternativas una vez finalizado éste, se puede observar en la siguiente figura:

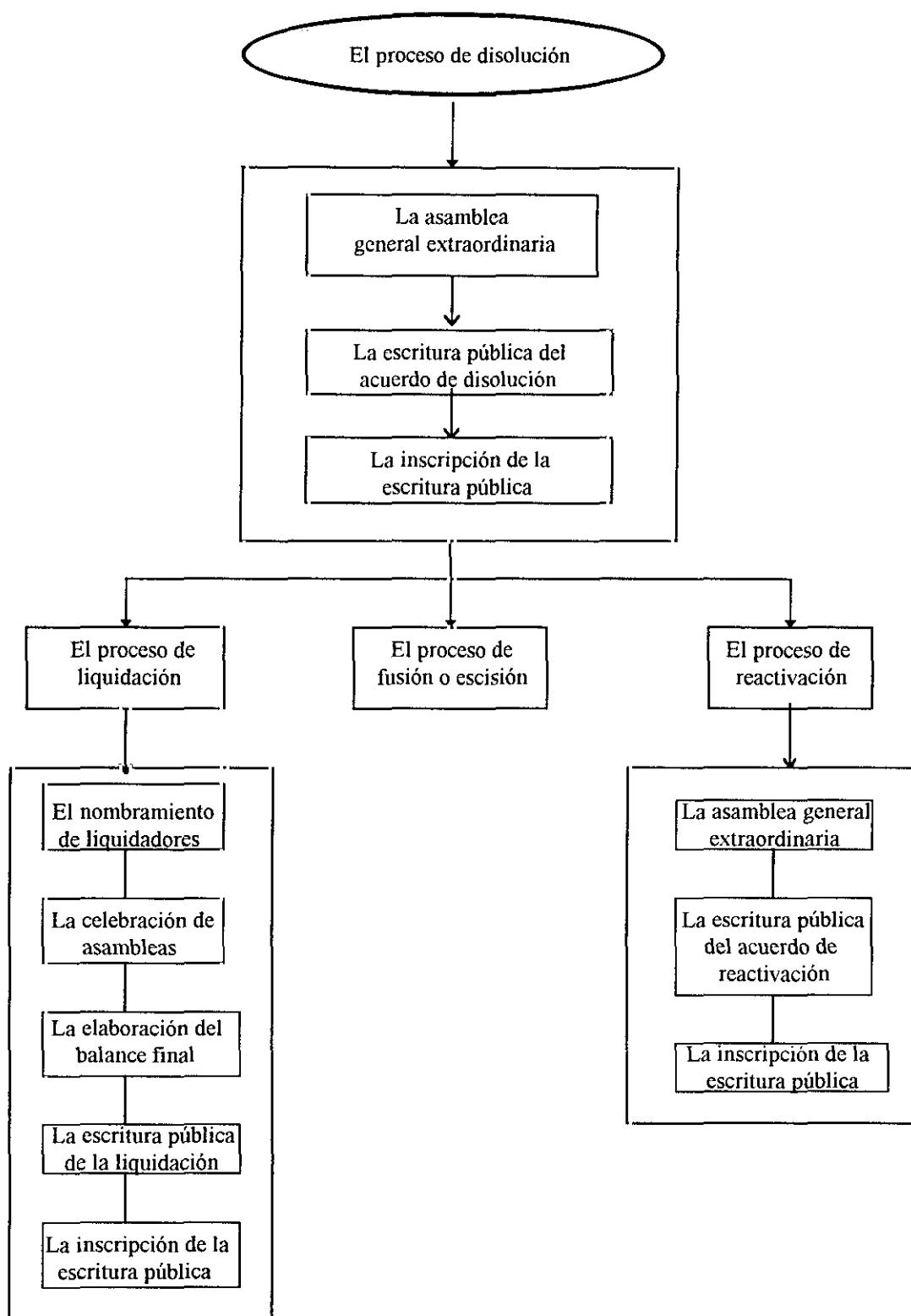


Figura 1.2.
El proceso de disolución de la sociedad cooperativa.

1.2.2.1. El proceso formal de disolución de la sociedad cooperativa.

La disolución de la sociedad cooperativa debe realizarse en tres etapas¹⁶⁰:

1.2.2.1.1. La celebración de la asamblea general extraordinaria.

La asamblea general extraordinaria, que debe ser convocada por el consejo rector en el plazo de treinta días desde que se produjo la causa de disolución, ha de adoptar el acuerdo de disolución por más de la mitad de los votos válidamente expresados.

En el caso de no producirse el acuerdo de disolución, los socios que representen al menos la décima parte del total de votos sociales, pueden solicitar la disolución judicial; descalificando a la sociedad cooperativa el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.

1.2.2.1.2. La formalización del acuerdo de disolución en escritura pública.

Este trámite ha de ser realizado por el presidente de la sociedad cooperativa.

1.2.2.1.3. La inscripción de la escritura pública.

En el plazo de treinta días a partir de la fecha de la formalización de la escritura pública¹⁶¹, ésta ha de ser inscrita en el Registro de Cooperativas del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.

¹⁶⁰ *Ibid.*, artículo 104.

¹⁶¹ *Ibid.*, artículo 25.

Una vez que se ha producido la inscripción, el acuerdo de disolución ha de publicarse en uno de los diarios de mayor circulación de la provincia, en la que la sociedad cooperativa tenga su domicilio social.

Finalizado el proceso de disolución, la sociedad cooperativa tiene tres posibilidades:

1.- Participar en un proceso de fusión o escisión.

2.- Reactivar la sociedad cooperativa¹⁶².

La reactivación de la sociedad cooperativa se produce, si concurren algunas de las siguientes condiciones:

- El acuerdo de disolución lo ha aprobado la asamblea general.
- La causa que motivó la disolución ha cesado.
- El reembolso de las aportaciones a los socios y asociados no se ha producido.

El procedimiento formal de reactivación consiste, en primer lugar, en la convocatoria de asamblea general para adoptar el acuerdo de reactivación, aprobado por mayoría de dos tercios de los votos sociales. En segundo lugar, la elevación del acuerdo de reactivación a escritura pública. En tercer, y último lugar, la inscripción de la escritura pública en el Registro de Cooperativas del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.

3.- Entrar en un proceso de liquidación.

El proceso de liquidación ha de realizarse en cinco fases:

- a.- El nombramiento de los liquidadores por parte de la asamblea general¹⁶³, mediante votación secreta, en el plazo de tres meses desde la disolución de la sociedad cooperativa.

Todos los socios y asociados son elegibles, siendo elegidos aquellos que tengan el número mayor de votos. El número de liquidadores ha de ser impar y han de actuar de manera colegiada.

Por otra parte, el nombramiento de los liquidadores ha de ser inscrito en el Registro de Cooperativas del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. En el caso de no producirse el nombramiento de los liquidadores por la asamblea

¹⁶² *Ibid.*, artículo 105.

¹⁶³ *Ibid.*, artículo 106.

general, es el Instituto Nacional de Fomento de la Economía Social quien los designe.

b.- La celebración de asambleas generales, convocadas por los liquidadores para informar sobre el proceso de disolución¹⁶⁴.

c.- La elaboración del balance final de la liquidación¹⁶⁵ y del proyecto de distribución del activo, que han de ser censurados por los interventores de la sociedad cooperativa y aprobados por la asamblea general.

En el caso de que fuese imposible la celebración de la asamblea general, los liquidadores han de publicar el balance final y el proyecto de distribución del activo, una vez censurados, en el Boletín Oficial del Estado y en uno de los periódicos de mayor circulación de la provincia del domicilio social de la sociedad cooperativa.

d.- La escritura pública de liquidación, que deberá incluir el balance final de liquidación y las operaciones de la sociedad cooperativa en liquidación.

e.- La inscripción de la escritura pública de liquidación en el Registro de Cooperativas, cancelándose los asientos registrales de la sociedad cooperativa.

¹⁶⁴ *Ibid.*, artículo 111.

¹⁶⁵ *Ibid.*, artículo 113.

*ANÁLISIS FUNCIONAL DE LA SOCIEDAD COOPERATIVA COMO
EMPRESA DE DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS*

2. Análisis funcional de la sociedad cooperativa como empresa de distribución de productos.

La sociedad cooperativa como empresa de participación y de distribución de productos se caracteriza porque sus socios contribuyen activamente en los tres tipos de flujos que se desarrollan en la empresa¹⁶⁶:

- Los flujos informativo-decisionales: estableciendo de forma democrática los objetivos.
- Los flujos financieros, aportando recursos financieros a la sociedad cooperativa.
- Los flujos reales, de producción y distribución, ambos de bienes y servicios.

Estos tres tipos de flujos son los que se estudian más abajo.

2.1. Los flujos informativo-decisionales en la sociedad cooperativa como empresa de distribución de productos¹⁶⁷.

2.1.1. El concepto de flujos informativo-decisionales.

Los flujos informativo-decisionales están relacionados con la dirección y con la gestión de la sociedad cooperativa. La participación de los socios en este tipo de flujos es lo que caracteriza y diferencia a las sociedades cooperativas de otro tipo de sociedades capitalistas convencionales.

Los flujos informativo-decisionales envuelven y hacen posible que se desarrollen el resto de los flujos de la empresa: los flujos reales, de producción y distribución, ambos de bienes y servicios; y los flujos financieros.

¹⁶⁶ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *El problema...*, *opus cit.*, pp. 87-88.

¹⁶⁷ En este epígrafe se sigue a:

C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *El problema...*, *opus cit.*.

2.1.2. La estructura formal de la sociedad cooperativa¹⁶⁸.

2.1.2.1. El concepto de estructura formal.

La estructura formal es el marco en el que están distribuidos los distintos puestos de trabajo, sometidos a unas determinadas reglas y siguiendo una determinada línea de autoridad jerárquica¹⁶⁹. La estructura agrupa a los distintos partícipes de la empresa, en distintos niveles jerárquicos o posiciones, dependiendo del puesto o de la función que desarrollen dentro de la empresa.

La estructura formal es lo que diferencia a unas organizaciones de otras¹⁷⁰, e influye en el comportamiento de los miembros dependiendo de su posición en la misma¹⁷¹, constituyendo ésta un factor de motivación por sí solo¹⁷².

En el caso de la sociedad cooperativa se pueden distinguir dos tipos de estructuras:

- 1.- Una estructura orgánica, compuesta por diversos órganos a través de los cuales los socios participan de manera democrática en la fijación de los objetivos de la sociedad cooperativa; controlando, por otro lado, su ejecución.
- 2.- Una estructura administrativa, formada por los distintos departamentos, secciones o divisiones en los niveles jerárquicos de la organización; y dependiente de la estructura orgánica.

¹⁶⁸ Para un análisis en detalle ver:

J.M. ÁLVARO; S.F. MONGE; I. SÁNCHEZ: **La organización como herramienta de gestión en la empresa cooperativa**, Federación de Cooperativas de Trabajo Asociado de Euskadi, 1992.

H.I. ARAGONÉS: **Cooperativismo, participación y poder**, Centro de Educación Cooperativa, Valencia, 1987.

ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO: **Dirección y administración de cooperativas**, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, Madrid, 1991.

R. PATON: **Some Problems...**, *opus cit.*

¹⁶⁹ J.H. DONNELLY; J.L. GIBSON; J.M. IVANCEVICH: **Dirección y administración de empresas**, Addison-Wesley Iberoamericana, Wilmington, 1994, p. 198.

¹⁷⁰ J.L. GIBSON; J.M. IVANCEVICH; J.H. DONNELLY: **Las organizaciones**, Addison-Wesley Iberoamericana, Wilmington, 1994, p. 424.

¹⁷¹ D.O. CÔTE: *La eficiencia, la empresa y la estructura de la propiedad*, CIRIEC-España, N. 10, mayo, 1991, pp. 17-40.

¹⁷² J.L. GIBSON; J.M. IVANCEVICH; J.H. DONNELLY: **Las organizaciones**, *opus cit.*, p. 427.

La estructura doble de la sociedad cooperativa se registra en la siguiente figura:

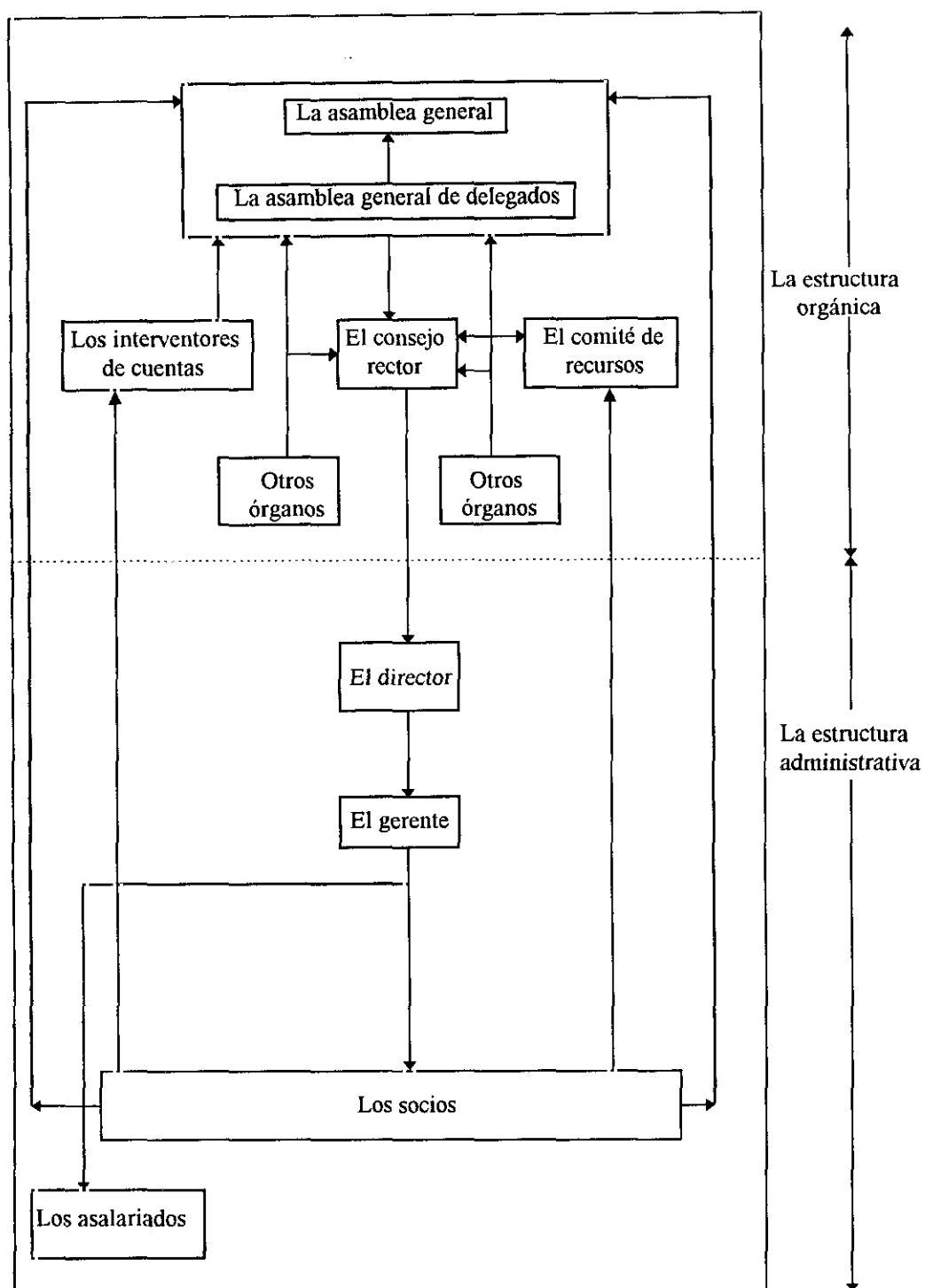


Figura 2.1.
La estructura orgánica y administrativa de la sociedad cooperativa.

2.1.2.1.1. La autoridad formal.

Se puede entender autoridad formal como "el poder formal que tiene una persona en función de la posición que ocupa dentro de una organización"¹⁷³.

En el caso de la sociedad cooperativa se pueden distinguir dos tipos de autoridad:

- a.- La autoridad derivada de la estructura orgánica, que tienen los socios como partícipes en los flujos reales de producción y distribución de bienes y servicios; y que se plasma en la asamblea general.
- b.- La autoridad derivada de la estructura administrativa, que tiene el director como responsable de la consecución de los objetivos fijados por los socios de la sociedad cooperativa. Por tanto, la autoridad del director está subordinada y controlada por la estructura orgánica.

La doble situación de los socios de la sociedad cooperativa, en la cúspide de la estructura orgánica, y a la vez en la base de la estructura administrativa, dado el carácter consumidor y/o proveedor de bienes y servicios, hace que la sociedad cooperativa sea una organización descentralizada dado que "el poder no se basa en el puesto o en los conocimientos, sino en el mero hecho de pertenecer a la organización"¹⁷⁴.

2.1.2.2. La estructura orgánica de la sociedad cooperativa.

La estructura orgánica de la sociedad cooperativa está compuesta por los distintos órganos de poder y control, que contienen los cargos ocupados por los socios elegidos por su características de representación y con base en un proceso electoral; es decir los representantes elegidos desde el punto de vista societario, o si se quiere, político-

¹⁷³ *Ibid.*, p. 322.

¹⁷⁴ H. MINTZBERG: *La estructuración...*, *opus cit.*, p. 239.

empresarial. Estos representantes no tienen porque tener habilidades profesionales, siendo éstas requeridas para los puestos de la estructura administrativa¹⁷⁵.

Dentro de la estructura orgánica se pueden distinguir dos tipos de órganos:

- Los órganos prioritarios: la asamblea general y el consejo rector.
- Los órganos complementarios, para mejorar el funcionamiento de la sociedad cooperativa: los interventores de cuentas, el comité de recursos y los que los socios estimen oportuno crear.

En lo que sigue, se realiza un análisis de los distintos órganos en los que participan los socios de la sociedad cooperativa.

2.1.2.2.1. Los órganos de participación de los socios en la sociedad cooperativa.

2.1.2.2.1.1. La asamblea general.

Los socios de la sociedad cooperativa participan de forma democrática en el proceso de toma de decisiones a través de la asamblea general como "órgano supremo de expresión de la voluntad social"¹⁷⁶.

La asamblea general es el único órgano que no está sometido a ningún otro, y su finalidad es deliberante y decisoria.

Las competencias de la asamblea general, y por tanto de los socios, que son indelegables a otros órganos son¹⁷⁷:

¹⁷⁵ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *El problema...*, *opus cit.*, pp. 109-114.

¹⁷⁶ ESPAÑA: LEY 3/1987..., *opus cit.*, artículo 42.

¹⁷⁷ *Ibid.*, artículo 43.

- 1.- De carácter económico, tales como: la realización de nuevas aportaciones obligatorias al capital social, la actualización de las aportaciones al capital social, la emisión de obligaciones, la distribución del retorno cooperativo y, en general, el establecimiento de la política general de la sociedad cooperativa.
- 2.- De carácter representativo, es decir, el nombramiento y la revocación de los cargos del resto de los órganos sociales.
- 3.- De carácter estructural, como: la modificación de los estatutos sociales, la aprobación y modificación del reglamento de régimen interno, la fusión, la escisión, la disolución, la creación de una sociedad cooperativa de segundo grado, y la aprobación de la enajenación o cesión de la sociedad cooperativa, o de alguna parte de ella, por cualquier título.

Los acuerdos se han de adoptar por más de la mitad de los votos válidamente expresados, excluyendo los votos nulos, en blanco y las abstenciones. En el caso de que los acuerdos sean de índole estructural es necesario una mayoría de dos tercios de los votos presentes y representados¹⁷⁸.

2.1.2.2.1.1.1. La asamblea general de delegados¹⁷⁹.

La constitución de la asamblea general de delegados es obligatoria en los siguientes casos:

- a.- La imposibilidad de asistencia de la totalidad de los socios y de los asociados a la asamblea general.
- b.- En las sociedades cooperativas de consumidores y usuarios, cuando tengan más de diez mil socios¹⁸⁰; y en las sociedades cooperativas de viviendas en el caso de que desarrollen más de una promoción de viviendas¹⁸¹.

¹⁷⁸ *Ibid.*, artículo 49.

¹⁷⁹ *Ibid.*, artículo 51.

¹⁸⁰ *Ibid.*, artículo 127.3.

¹⁸¹ *Ibid.*, artículo 130.

La asamblea general de delegados es una asamblea de segundo grado, con las mismas funciones que la asamblea general; compuesta por los delegados elegidos en las distintas juntas preparatorias.

Los estatutos sociales han de regular las normas de constitución de las juntas preparatorias, así como los criterios de adscripción de los socios y asociados, y el número de delegaciones de voto para ser elegido delegado.

2.1.2.2.1.2. El consejo rector¹⁸².

El consejo rector es el órgano de gobierno, gestión y representación de la sociedad cooperativa; sometido a la ley, a los estatutos sociales y a la política fijada por la asamblea general, actúa como delegado ejecutivo de aquélla y con competencia general.

El consejo rector debe estar formado por, al menos, tres socios personas físicas o por los representantes de los socios personas jurídicas; y ha de contar al menos con:

- Un presidente, que también lo es de la sociedad cooperativa.
- Un vicepresidente.
- Un secretario.

Los cargos de vocales del consejo rector se han de nombrar, si lo contemplan los estatutos sociales, en función de:

- Las zonas geográficas de actividad de la sociedad cooperativa.
- Las actividades económicas desarrolladas por la sociedad cooperativa.
- El número de asalariados de la sociedad cooperativa con contrato por tiempo indefinido, o cuando teniendo menos asalariados lo prevean los estatutos sociales.

¹⁸² *Ibid.*, Capítulo VI, Sección Segunda.

2.1.2.2.1.3. Los interventores de cuentas¹⁸³.

Los interventores de cuentas constituyen el órgano fiscalizador de la sociedad cooperativa, cuya función es la censura de las cuentas anuales y la confección de informes previos a la aprobación de las mismas por la asamblea general.

Los estatutos sociales han de fijar el número de interventores entre uno y tres; siendo elegidos por la asamblea general, en votación secreta.

2.1.2.2.1.4. El comité de recursos¹⁸⁴.

La asamblea general, si así lo disponen los estatutos sociales, puede constituir un comité de recursos compuesto por al menos tres socios, y cuyas funciones son tramitar y resolver las quejas y los recursos contra las sanciones impuestas por el consejo rector a los socios y asociados.

2.1.2.2.1.5. El comité de empresa.

El comité de empresa es el órgano representativo y colegiado de los asalariados en la empresa, compuesto por "los representantes de los trabajadores (*sic*) para la defensa de sus intereses"¹⁸⁵.

La constitución del comité de empresa en la sociedad cooperativa está regulada por el Estatuto de los Trabajadores¹⁸⁶, como en cualquier empresa, en la que se establece la posibilidad de creación si hay más de cincuenta asalariados.

¹⁸³ *Ibid.*, artículo 67.

¹⁸⁴ *Ibid.*, artículo 70.

¹⁸⁵ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *El problema...*, *opus cit.*, p. 111.

¹⁸⁶ ESPAÑA: LEY 11/1994, de 19 de mayo, por la que se aprueba el Estatuto de los Trabajadores, B.O.E. del 23.

Este órgano supone una forma de participación democrática de los asalariados en la sociedad cooperativa, al poder tener un vocal en el consejo rector elegido por el comité de empresa.

2.1.2.2.1.6. Los otros órganos.

La asamblea general y los estatutos sociales pueden crear otros órganos con funciones interpretativas, de estudio de propuestas, iniciativas y sugerencias, etcétera; sin que su criterio sea vinculante para los órganos sociales estudiados más arriba¹⁸⁷.

En la legislación de las Comunidades Autónomas españolas en materia de sociedades cooperativas se prevé la posibilidad de creación de otros órganos sociales; algunos son similares a los previstos en la legislación del Estado español en materia de sociedades cooperativas, con diferentes denominaciones; y otros, son novedosos con respecto a la normativa estatal.

2.1.2.2.1.6.1. La comisión de control de la gestión¹⁸⁸.

Los estatutos sociales de las sociedades cooperativas de la Comunidad Autónoma de Valencia pueden crear una comisión de control de la gestión, cuyas funciones son: el examen del funcionamiento de la sociedad cooperativa, el seguimiento de la política general y de las decisiones adoptadas por la asamblea general, por el consejo rector y por el director.

Está formada por los socios elegidos por la asamblea general, que no participen en el consejo rector, por un período que oscila entre tres y seis años.

¹⁸⁷ ESPAÑA: LEY 3/1987..., *opus cit.*, artículo 61.

¹⁸⁸ COMUNIDAD AUTÓNOMA DE VALENCIA: LEY 11/1985..., *opus cit.*, artículo 50.

2.1.2.2.1.6.2. La comisión de vigilancia¹⁸⁹.

Esta comisión presenta similitudes con la figura del interventor de cuentas analizada más arriba, si bien sus competencias son mayores, en tanto que pueden:

- a) Fiscalizar las cuentas de la sociedad cooperativa.
- b) Comprobar la documentación de la sociedad cooperativa.
- c) Velar por el funcionamiento regular de la sociedad cooperativa.
- d) Proporcionar información a la asamblea general.

Esta comisión está basada en el modelo alemán¹⁹⁰, siendo su función supervisar al consejo rector, y es obligatoria, en la Comunidad Autónoma del País Vasco, cuando el número de socios de la sociedad cooperativa sea superior a cien.

2.1.2.2.1.6.3. El consejo social¹⁹¹.

El consejo social es obligatorio en la Comunidad Autónoma del País Vasco, aunque ha de estar previsto en los estatutos sociales, para aquellas sociedades cooperativas con más de cincuenta socios trabajadores, y su función es el asesoramiento, información y consulta de los socios trabajadores en todos aquellos aspectos que afecten a la relación de trabajo.

Este órgano tiene similitudes con el comité de empresa, aunque éste es el órgano de representación de los asalariados, y aquél lo es de los socios trabajadores.

¹⁸⁹ COMUNIDAD AUTÓNOMA DEL PAÍS VASCO: LEY 4/1993..., *opus cit.*, artículos 50, 51, 52 y 53.

¹⁹⁰ En cuanto a la administración de las empresas, en el que al órgano de administración, el consejo rector, se añade otro que lo controla, la comisión de vigilancia. A este respecto ver:

J.M. MONTOLÍO HERNÁNDEZ: *Legislación cooperativa...*, *opus cit.*, p. 37.

¹⁹¹ COMUNIDAD AUTÓNOMA DEL PAÍS VASCO: LEY 4/1993..., *opus cit.*, artículo 54.

2.1.2.2.2. Una referencia a la estructura orgánica de la sociedad cooperativa europea.

El órgano prioritario de la sociedad cooperativa europea, al igual que en la sociedad cooperativa española, es la asamblea general. No obstante, se pueden constituir asambleas sectoriales cuando concurren las siguientes circunstancias¹⁹²:

- La sociedad cooperativa europea realice actividades económicas distintas.
- La sociedad cooperativa europea disponga de varios establecimientos.
- La sociedad cooperativa europea cuente con más de quinientos socios.

La principal diferencia, con respecto a la regulación de la sociedad cooperativa en el Estado español, del proyecto de sociedad cooperativa europea reside en los órganos de dirección, de vigilancia y de administración; estableciéndose dos sistemas de funcionamiento: el sistema monista y el sistema dualista.

2.1.2.2.2.1. El sistema monista.

El sistema monista cuenta con un órgano de administración¹⁹³, que se encarga de la gestión y de la representación de la sociedad cooperativa europea; compuesto, como mínimo, por tres miembros.

2.1.2.2.2.2. El sistema dualista.

Este sistema basado en el modelo alemán, distingue dos órganos:

¹⁹² COMUNIDADES EUROPEAS: Propuesta Modificada de la Comisión, de 6 de julio de 1993, del Reglamento (CEE) del Consejo..., *opus cit.*, artículo 28.

¹⁹³ *Ibid.*, artículo 36.

a.- El órgano de dirección¹⁹⁴, con poder para obligar a la sociedad cooperativa europea ante terceros y para representarla; siendo su función la gestión de la sociedad cooperativa.

Los miembros de este órgano son nombrados por el órgano de vigilancia.

b.- El órgano de vigilancia¹⁹⁵, controla al órgano de dirección, estando los miembros nombrados por la asamblea general.

2.1.2.3. La estructura administrativa de la sociedad cooperativa.

La estructura administrativa formal de la sociedad cooperativa está compuesta por las unidades administrativas, que contienen los puestos de trabajo ocupados por las personas nombradas por sus capacidades técnicas y profesionales; y su función es la consecución de los objetivos o políticas fijadas democráticamente por la estructura orgánica.

Lo cierto es que la estructura administrativa de la sociedad cooperativa no tiene porqué ser diferente de la de cualquier tipo de sociedad capitalista convencional¹⁹⁶; aunque hay dos particularidades: las secciones y la concepción de la figura del director, que se analizan más abajo.

¹⁹⁴ *Ibíd.*, artículo 31.

¹⁹⁵ *Ibíd.*, artículo 33.

¹⁹⁶ Sobre la estructura administrativa de las organizaciones puede verse:

J.H. DONNELLY; E.A. GERLOFF: **Organizational Theory and Design: a Strategic Approach for Management**, McGraw-Hill, New York, 1985.

J.H. DONNELLY; J.L. GIBSON; J.M. IVANCEVICH: **Dirección y administración...**, *opus cit.*

R. HALL: **Organizations: Structures, Processes and Outcomes**, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, New Jersey, 1991.

C.B. HANDY: **Understanding Organizations**, Penguin, London, 1985.

F.E. KAST; J.E. ROSENZWEIG: **Administración en las organizaciones**, McGraw Hill, México, 1987.

H. KOONTZ; H. WEIHRICH: **Administración. Una perspectiva global**, McGraw-Hill, México, 1994.

J.G. MARCH: **Decisions and Organizations**, Basil Blackwell, New York, 1988.

H. MINTZBERG: **Structure in Fives: Designing Effective Organizations**, Prentice Hall, Englewood Cliffs, New Jersey, 1983.

W.A. PASMORE: **Designing Effective Organizations**, John Wiley and Sons, New York, 1988.

S.P. ROBBINS: **Administración: teoría y práctica**, Prentice-Hall, México D.F., 1987.

2.1.2.3.1. Las secciones de las sociedades cooperativas¹⁹⁷.

2.1.2.3.1.1. El concepto de sección.

La sección es una unidad, sin personalidad jurídica propia, dentro de la estructura administrativa de la sociedad cooperativa, que agrupa a un número determinado de socios para realizar una actividad económica específica, complementaria o derivada al objeto social de la sociedad cooperativa.

La constitución de secciones en la sociedad cooperativa depende del tipo de sociedad cooperativa: de consumidores o de proveedores; y de las actividades económicas que realice.

2.1.2.3.1.2. Las características de la sección.

El ordenamiento jurídico de las Comunidades Autónomas españolas, en materia de sociedades cooperativas, prevé la posibilidad de constituir secciones.

Las características de las secciones se especifican en el siguiente cuadro:

¹⁹⁷ Con base en:

P. BEL DURÁN: *Análisis de los flujos financieros...*, *opus cit.*, pp. 132-135.

Características	C.A. de Andalucía ¹⁹⁸	C.A. de Cataluña ¹⁹⁹	C. Foral de Navarra ²⁰⁰	C.A. del País Vasco ²⁰¹	C.A. de Valencia ²⁰²
Previstas y reguladas en los estatutos sociales.	Si	Si	Si	Si	Si
Para todos los tipos de sociedades cooperativas.	Si	No ²⁰³	Si	Si	Si
Actividades económicas específicas.	Si ²⁰⁴	Si ²⁰⁵	Si	Si	Si
Autonomía de gestión	Si	Si	No ²⁰⁶	Si	Si
Patrimonio de la sección diferenciado del de la sociedad cooperativa.	Si	No	No	No	No
Responsabilidad universal.	Si ²⁰⁷	No ²⁰⁸	Si	Si	Si ²⁰⁹
Responsabilidad de los socios de la sección.	Si ²¹⁰	No	No	No	Si ²¹¹
Juntas de sección ²¹² .	Si	Si	No	Si	Si
Contabilidad separada.	Si	No	Si	Si	Si
Auditoría de cuentas.	No	No	No	Si ²¹³	No
Director de la sección.	No	No	No	Si	Si

Cuadro 2.1.
Las características de las secciones en el ordenamiento jurídico de las Comunidades Autónomas españolas en materia de sociedades cooperativas.

¹⁹⁸ COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA: LEY 2/1985..., *opus cit.*, artículo 6.

¹⁹⁹ COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CATALUÑA: DECRETO LEGISLATIVO 1/1992..., *opus cit.*, artículo 82.f.

²⁰⁰ COMUNIDAD FORAL DE NAVARRA: LEY FORAL 12/1996..., *opus cit.*, artículo 9.

²⁰¹ COMUNIDAD AUTÓNOMA DEL PAÍS VASCO: LEY 4/1993..., *opus cit.*, artículo 6.

²⁰² COMUNIDAD AUTÓNOMA DE VALENCIA: LEY 11/1985..., *opus cit.*, artículo 7; modificada por COMUNIDAD AUTÓNOMA DE VALENCIA: LEY 3/1995..., *opus cit.*, artículo primero.

²⁰³ En esta Comunidad Autónoma las secciones sólo se contemplan para las sociedades cooperativas agrarias.

²⁰⁴ En esta Comunidad Autónoma las secciones pueden desarrollar actividades económicas específicas, derivadas o complementarias de su objeto social.

²⁰⁵ Para la actividad de la sociedad cooperativa agraria.

²⁰⁶ La legislación no especifica nada al respecto.

²⁰⁷ La responsabilidad universal se aplica con carácter subsidiario.

²⁰⁸ No se contempla en la legislación.

²⁰⁹ La responsabilidad universal se aplica en segundo lugar.

²¹⁰ La responsabilidad de los socios de la sección se aplica en primer lugar, además se exige la constancia en el Registro de Cooperativas del patrimonio de la sección afectado a las operaciones realizadas por la misma y en los contratos que se realicen.

²¹¹ La responsabilidad de los socios de la sección se aplica en primer lugar, además se exige que en los contratos celebrados con terceros se haga constar las garantías con las que cuentan las secciones, y se articulan mecanismos para evitar que las obligaciones derivadas de una sección repercutan sobre el resto del patrimonio de la sociedad cooperativa.

²¹² Se delegan competencias de la asamblea general a las juntas de sección en aquellos aspectos que no repercutan en el régimen general de la sociedad cooperativa. Los acuerdos de la junta de sección pueden ser impugnados por la asamblea general, cuando sean ilegales, antiestatutarios o contrarios al interés general de la sociedad cooperativa; aunque se han de tener en cuenta las deliberaciones y acuerdos de la junta de sección.

²¹³ La auditoría de cuentas tiene carácter obligatorio, pretendiendo defender a quienes contraten con la sección.

Es necesario destacar, a la vista de las características de las secciones contempladas en el cuadro de más arriba, que el ordenamiento jurídico en materia de sociedades cooperativas de las Comunidades Autónomas españolas, no se pronuncia con respecto a la posibilidad de que los socios de cada una de las secciones tengan obligación de serlo del resto; lo que supone que la condición de socio se obtiene por la adscripción a una sección, y para su admisión debe cumplir los requisitos contemplados en los estatutos sociales para la sección de la sociedad cooperativa.

2.1.2.3.2. El director en la sociedad cooperativa²¹⁴.

2.1.2.3.2.1. El concepto de dirección como función conductora.

La "función clave de la dirección en las organizaciones es asegurar la coordinación"²¹⁵; siendo preciso remarcar "la necesidad de cualquier empresa que pretenda mantenerse en su entorno de contar con una dirección profesional, competitiva y eficiente..."²¹⁶.

La sociedad cooperativa, como cualquier empresa, requiere de una dirección profesional, debido a que los socios, que son los que fijan los objetivos, no son expertos ni profesionales, y por tanto, no tienen porqué tener capacidad para determinar los procedimientos para la consecución de los objetivos de la sociedad cooperativa²¹⁷.

La dirección se encarga de "encauzar, pilotar o guiar la empresa en su comportamiento; ordenando, combinando, coordinando, y armonizando los comportamientos de los

²¹⁴ En este epígrafe se sigue a:

J.H. BUTLER: **Service on the Board: the Co-operative Director's Handbook**, Holyoake Books, Manchester, 1987.

H.E. CHAPMAN: **The Contemporary Director: a Handbook for Elected Officials of Co-operatives, Credit Unions and other Organizations**, College of Canada, Saskatoon, 1987.

C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *El problema...*, *opus cit.*.

²¹⁵ P. MILGROM; J. ROBERTS: **Economía, organización y gestión de la empresa**, Ariel, Barcelona, 1992, p. 137.

²¹⁶ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *La economía social...*, *opus cit.*, p. 209.

²¹⁷ *Ibidem*.

distintos individuos, grupos, intereses, factores, medios, limitaciones y restricciones que caracterizan a la empresa, para hacerlos funcionar armónicamente, potenciando unos y amortiguando el efecto de otros, todo ello de modo que la empresa funcione eficientemente y, además, se produzca el efecto de sinergia, por el que el todo sea más que la suma de las partes"²¹⁸.

2.1.2.3.2.2. Las características del director en la sociedad cooperativa.

El puesto de director en la sociedad cooperativa debe ser acordado por la asamblea general, siempre y cuando los estatutos sociales lo contemplen; siendo designado, contratado y destituido por el consejo rector²¹⁹.

Las competencias del director alcanzan a los asuntos del tráfico empresarial ordinario de la sociedad cooperativa²²⁰, es decir, a la consecución de los objetivos fijados democráticamente por los socios²²¹; y nunca puede inmiscuirse en las competencias de la asamblea general, debiendo responder de los excesos en sus competencias y de los actos que lesionen los intereses de los socios y asociados.

La autoridad del director es funcional²²² o formal como consecuencia de su "...capacidad de ordenar el proceso productivo, comercial, financiero, administrativo o el de personal..."²²³.

²¹⁸ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *El problema...*, *opus cit.*, p. 94.

²¹⁹ ESPAÑA: LEY 3/1987..., *opus cit.*, artículos 60.1 y 60.2

²²⁰ *Ibid.*, artículo 60.3.

²²¹ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *Precisiones...*, *opus cit.*, p. 163.

²²² H. KOONTZ; H. WEIHRICH: *Administración...*, *opus cit.*, p. 295.

²²³ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *El problema...*, *opus cit.*, p. 93.

2.1.2.3.2.3. Los requerimientos del director de la sociedad cooperativa²²⁴.

Los requerimientos para el director de la sociedad cooperativa, son los mismos que para cualquier director de otra sociedad capitalista convencional, pero con algunos añadidos tales como:

- a.- Conocer y asumir que está dirigiendo una empresa de empresarios. Por tanto, que debajo de ellos están los mismos que están encima; que son los socios que participan en los flujos de producción y distribución de bienes y servicios, con capacidad de fijar los objetivos generales de la sociedad cooperativa.
- b.- Procurar encontrar formas factibles de intercooperación empresarial con otras sociedades cooperativas.

El director de la sociedad cooperativa debe tratar de conseguir que, por el lado empresarial, sea eficiente, productiva y rentable; y por el lado cooperativo, contribuya al incremento de la participación efectiva de los socios en los tres tipos de flujos de la empresa.

2.1.2.3.2.4. El gerente en la sociedad cooperativa²²⁵.

La gestión es la función que se encarga de ejecutar las instrucciones de la dirección en el seno de la empresa.

Los gerentes deben tomar decisiones acerca de los medios a emplear para conseguir los objetivos establecidos; dichos medios se aplican a cada una de las áreas de la empresa,

²²⁴ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *La economía social...*, *opus cit.*, pp. 209-210.

²²⁵ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *El problema...*, *opus cit.*, pp. 98-100.

que se concreta en el desarrollo de los flujos que se analizan: en los propios flujos informativo-decisionales, en los reales y en los financieros.

La legislación del Estado español en materia de sociedades cooperativas prevé la posibilidad de que el director pueda ejecutar sus funciones apoyado por un gerente²²⁶.

Es importante remarcar la diferencia conceptual que hay entre la figura del director y la del gerente. Este último, se encuentra subordinado no sólo a la estructura orgánica de la sociedad cooperativa, sino también al director. Por tanto, es criticable la referencia a la gerencia, en el caso de las sociedades cooperativas, atribuyendo a la dirección las funciones propias de la gerencia; hasta el punto de que es frecuente referirse a los directores como gerentes.

2.1.3. La participación de los socios en los flujos informativo-decisionales.

2.1.3.1. La participación de los socios en la estructura orgánica de la sociedad cooperativa.

2.1.3.1.1. El concepto de participación.

"Por participación hay que entender, en su sentido más amplio, la acción y efecto de tener parte en una cosa"²²⁷, siendo esta participación concretada en alguna prestación de valor.

La sociedad cooperativa definida como empresa de participación, supone que los socios participan en los tres tipos de flujos que conforman la empresa; siendo esta participación

²²⁶ ESPAÑA: LEY 3/1987..., *opus cit.*, artículo 60.4.

²²⁷ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *El problema...*, *opus cit.*, p. 106.

eficiente siempre que las contraprestaciones recibidas por los socios, sea superior a los sacrificios en los que incurre por participar, es decir, a las prestaciones²²⁸.

Así, la participación de los socios en los flujos informativo-decisionales fijando los objetivos de la sociedad cooperativa tiene su contraprestación "por el grado de satisfacción que conlleva la detentación, y, además el ejercicio de una parte democrática de poder efectivo y tangible sobre una unidad económica en funcionamiento"²²⁹.

2.1.3.1.2. La base de la participación en los flujos informativo-decisionales.

La participación de los socios en la estructura orgánica de la sociedad cooperativa, no se debe al puesto que desarrollan o a los conocimientos que tienen, sino al hecho de pertenecer a la organización por contribuir como proveedores o como consumidores en el proceso de producción y distribución: participando democráticamente en el proceso de toma de decisiones.

La participación democrática de los socios en el establecimiento de los objetivos de la sociedad cooperativa, se concreta en el principio cooperativo de "un miembro, un voto"²³⁰; y queda reflejado en las distintas legislaciones españolas, tanto en la del Estado español como en las de las Comunidades Autónomas españolas, en materia de sociedades cooperativas como sigue:

²²⁸ *Ibid.*, pp. 103-105.

²²⁹ *Ibid.*, p. 105.

²³⁰ INTERNATIONAL COOPERATIVE ALLIANCE: *The International Co-operative Alliance...*, *opus cit.*

Ámbito territorial	El principio democrático en la toma de decisiones
Comunidad Autónoma de Andalucía ²³¹	“En las cooperativas de primer grado, cada socio tendrá derecho a un voto”.
Comunidad Autónoma de Cataluña ²³²	“En las cooperativas de primer grado cada socio tiene un voto. No obstante, en las cooperativas agrícolas y de servicios de primer grado puede preverse la posibilidad de voto ponderado; este voto, que será regulado expresamente en los estatutos sociales, es ponderado en función de la actividad cooperativizada del socio en la cooperativa y no puede ser superior en ningún caso a tres votos sociales”.
Comunidad Autónoma del País Vasco ²³³	“1. En las cooperativas cada socio tendrá un voto. 2. No obstante, en las cooperativas de primer grado los Estatutos pueden prever que el derecho de voto de los socios que sean cooperativas, sociedades controladas por éstas y entidades públicas sea proporcional a la actividad cooperativa con la sociedad o a las prestaciones complementarias a esta actividad en el marco de la intercooperación. En este supuesto los Estatutos deberán fijar con claridad los criterios de proporcionalidad del derecho de voto. El número de votos de un socio que no sea una sociedad cooperativa no podrá ser superior al tercio de los votos totales de la Cooperativa”.
Comunidad Autónoma de Valencia ²³⁴	“En las cooperativas de primer grado cada socio tiene un voto, salvo disposición expresa en esta Ley” ²³⁵ .
Comunidad Foral de Navarra ²³⁶	“En las cooperativas de primer grado, cada socio tendrá derecho a un voto...”.
Estado español ²³⁷	“En las Cooperativas cada socio tendrá un voto”.

Cuadro 2.2.
El principio democrático en la toma de decisiones en las distintas legislaciones del Estado español.

Como ha quedado expuesto en el cuadro de más arriba, en algunas legislaciones en materia de sociedades cooperativas se plantea la posibilidad del voto plural ponderado para las sociedades cooperativas de primer grado, desvirtuando lo establecido por la Alianza Cooperativa Internacional: la democracia en la fijación de los objetivos²³⁸.

²³¹ COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA: LEY 2/1985..., *opus cit.*, artículo 31.1.

²³² COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CATALUÑA: DECRETO LEGISLATIVO 1/1992..., *opus cit.*, artículo 34.1.

²³³ COMUNIDAD AUTÓNOMA DEL PAÍS VASCO: LEY 4/1993..., *opus cit.*, artículo 35.

²³⁴ COMUNIDAD AUTÓNOMA DE VALENCIA: LEY 11/1985..., *opus cit.*, artículo 32.1; modificada por COMUNIDAD AUTÓNOMA DE VALENCIA: LEY 3/1995..., *opus cit.*, artículo primero.

²³⁵ *Ibíd.*, artículo 69.1; se estipula que en las sociedades cooperativas agrarias pueden ser socios las sociedades agrarias de transformación, las comunidades de regantes y otras sociedades civiles agrarias; y el derecho de voto puede ponderarse de acuerdo con el volumen de actividad cooperativizada, sin que el número de votos por socio exceda de tres y con el límite de estos socios al cuarenta por ciento de la totalidad de socios de la sociedad cooperativa.

²³⁶ COMUNIDAD FORAL DE NAVARRA: LEY FORAL 12/1996..., *opus cit.*, artículo 35.2.

²³⁷ ESPAÑA: LEY 3/1987..., *opus cit.*, artículo 47.1. Aplicable donde no haya legislación autonómica y con carácter subsidiario donde haya legislación autonómica.

²³⁸ A este respecto ver el epígrafe 1.1.2.1.2.6.3.1.2. El principio de democracia en la toma de decisiones, pp. 23-25.

2.1.3.1.3. El menoscabo de la participación democrática en la sociedad cooperativa.

Una organización es un sistema de comportamientos sociales interrelacionados de sus participantes, y sobrevive siempre que el valor de las compensaciones que obtiene sean iguales o mayores que el valor de las contribuciones que se le piden por su participación en la organización²³⁹.

En la sociedad cooperativa participan cuatro grupos de partícipes con intereses socio-económicos distintos, en lo que se refiere a los flujos informativo-decisionales, a saber:

- Los socios que pretenden la mayor rentabilidad económica y financiera posible por su participación.
- Los directivos que aspiran al mayor poder y reconocimiento por su ocupación.
- Los trabajadores que tratan de conseguir la mayor remuneración por su trabajo.
- Los acreedores externos que buscan la mayor rentabilidad financiera posible por su préstamos.

En lo sigue, se analizan las limitaciones a la participación democrática de los socios en la sociedad cooperativa: por su desigual contribución a los flujos reales, por los socios personas jurídicas, por los acreedores externos y por los asalariados.

2.1.3.1.3.1. La heterogeneidad en la participación de los socios en la sociedad cooperativa.

El principio democrático en la toma de decisiones puede ponerse en tela de juicio por la falta de homogeneidad en las aportaciones de los socios a los flujos reales, provocando situaciones de poder ficticio en la estructura orgánica, por una mayor participación de unos socios respecto de otros.

²³⁹ H.A. SIMON; D.W. SMITHBURG; V.A. THOMPSON: **Public Administration**, New York, 1950, pp. 381-392; citado en MARCH, J.G.; SIMON, H.A.: **Teoría de la organización**, Ariel, Barcelona, 1994, pp. 91-122, p. 92.

2.1.3.1.3.2. El peligro de los socios personas jurídicas en la sociedad cooperativa²⁴⁰.

El funcionamiento de una sociedad cooperativa "no tiene -aunque podría- porque ser diferente si asocia a personas físicas o jurídicas o si sólo asocia a personas físicas: la diferencia estriba en el respeto a la democracia"²⁴¹.

La sociedad cooperativa de primer grado es una asociación de personas físicas²⁴². Sin embargo, las distintas legislaciones en materia de sociedades cooperativas, tanto la del Estado español como las de las Comunidades Autónomas españolas, prevén la posibilidad de que la sociedad cooperativa de primer grado pueda estar compuesta por personas físicas y jurídicas.

El cuadro que sigue pone de manifiesto esta composición.

²⁴⁰ Se sigue a:

C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *Las personas jurídicas...*, *opus cit.*.

²⁴¹ *Ibid.*, p. 63.

²⁴² INTERNATIONAL COOPERATIVE ALLIANCE: **Report of the Commission on Co-operative Principles**, International Cooperative Alliance, London, 1966, pp. 50-87, p. 67.

Ambito territorial	Los tipos de socios de la sociedad cooperativa
Comunidad Autónoma de Andalucía ²⁴³	“1. Pueden ser socios de las Cooperativas de primer grado tanto las personas físicas como las jurídicas... 4. Los entes públicos con personalidad jurídica podrán constituir sociedades cooperativas andaluzas o formar parte de ellas, para prestar servicios o realizar actividades con ellos relacionados”.
Comunidad Autónoma de Cataluña ²⁴⁴	“Pueden ser socios de las cooperativas de primer grado tanto las personas físicas como las jurídicas, públicas o privadas”.
Comunidad Autónoma del País Vasco ²⁴⁵	“1. Pueden ser socios de las cooperativas de primer grado tanto las personas físicas como las jurídicas, públicas o privadas, con las salvedades establecidas en el Título II de la presente Ley”. 3. Los entes públicos con personalidad jurídica podrán ser socios cuando el objeto de la cooperativa sea prestar servicios o realizar actividades relacionadas con las encomendadas a dichos entes, siempre que tales prestaciones no supongan y requieran el ejercicio de autoridad pública”.
Comunidad Autónoma de Valencia ²⁴⁶	“1. Pueden ser socios de la cooperativa de primer grado las personas físicas y jurídicas... 2. La Generalidad y otras entidades públicas, en los términos establecidos en el artículo siguiente, podrán formar parte como socios de cualquier cooperativa para la prestación de servicios públicos y el ejercicio de la iniciativa económica pública”.
Comunidad Foral de Navarra ²⁴⁷	“Podrán tener la condición de socios de las cooperativas de primer grado tanto las personas físicas como las jurídicas...”.
Estado español ²⁴⁸	“En las Cooperativas de primer grado pueden ser socios, tanto las personas físicas como las jurídicas, públicas o privadas, con las salvedades establecidas en el capítulo XII”.

Cuadro 2.3.
La sociedad cooperativa como agrupación de personas físicas y jurídicas.

Las limitaciones legales para la admisión de socios personas jurídicas en la sociedad cooperativa de primer grado, según el ámbito geográfico de aplicación de las legislaciones en materia de sociedades cooperativas del Estado español, son:

- La pertenencia a una sociedad cooperativa de un socio a título de empresario, contratista, capitalista u otro análogo, respecto de la misma o de los socios en el

²⁴³ COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA: LEY 2/1985..., *opus cit.*, artículo 16.

²⁴⁴ COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CATALUÑA: DECRETO LEGISLATIVO 1/1992..., *opus cit.*, artículo 15.1.

²⁴⁵ COMUNIDAD AUTÓNOMA DEL PAÍS VASCO: LEY 4/1993..., *opus cit.*, artículo 19.

²⁴⁶ COMUNIDAD AUTÓNOMA DE VALENCIA: LEY 11/1985..., *opus cit.*, artículo 14; modificada por COMUNIDAD AUTÓNOMA DE VALENCIA: LEY 3/1995..., *opus cit.*, artículo primero.

²⁴⁷ COMUNIDAD FORAL DE NAVARRA: LEY FORAL 12/1996..., *opus cit.*, artículo 20.2.

²⁴⁸ ESPAÑA: LEY 3/1987..., *opus cit.*, artículo 29.1. Aplicable donde no haya legislación autonómica y con carácter subsidiario donde haya legislación autonómica.

Estado español y en las Comunidades Autónomas de Andalucía, Cataluña y Navarra²⁴⁹.

- La imposibilidad de constituir una sociedad formada exclusivamente por personas jurídicas en las Comunidades Autónomas de Cataluña y Navarra²⁵⁰.
- La incompatibilidad de la actividad de la persona jurídica con la actividad de la sociedad cooperativa en las Comunidades Autónomas de Cataluña y Valencia²⁵¹.

Los peligros que conlleva la admisión de socios personas jurídicas en las sociedades cooperativas de primer grado son:

- La confusión implícita de la sociedad cooperativa de primer grado con la sociedad cooperativa de segundo o ulterior grado; que puede provocar la implantación del voto plural ponderado, desvirtuando la esencia de este tipo de empresa, convirtiéndose "en híbridos poco consistentes y con un gran riesgo de "deslizarse" a las formas del capitalismo convencional"²⁵².
- La diferencia de óptica y de planteamiento de los socios personas jurídicas, ya que precisan un agente o representante que puede actuar en nombre propio o por cuenta ajena.

En el caso de la sociedad cooperativa europea se prevé el voto plural ponderado, siempre que la sociedad esté constituida por personas jurídicas, en función de la participación en la actividad cooperativizada, excepto en el caso de los denominados socios inversores, cuyos votos están en función del capital social aportado²⁵³.

²⁴⁹ COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA: LEY 2/1985..., *opus cit.*, artículo 16.3.
COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CATALUÑA: DECRETO LEGISLATIVO 1/1992..., *opus cit.*, artículo 15.4.

COMUNIDAD FORAL DE NAVARRA: LEY FORAL 12/1996..., *opus cit.*, artículo 20.3.
ESPAÑA: LEY 3/1987..., *opus cit.*, artículo 29.2.

²⁵⁰ COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CATALUÑA: DECRETO LEGISLATIVO 1/1992..., *opus cit.*, artículo 15.2.

COMUNIDAD FORAL DE NAVARRA: LEY FORAL 12/1996..., *opus cit.*, artículo 20.2.

²⁵¹ COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CATALUÑA: DECRETO LEGISLATIVO 1/1992..., *opus cit.*, artículo 15.5.

COMUNIDAD AUTÓNOMA DE VALENCIA: LEY 11/1985..., *opus cit.*, artículo 14.1; modificada por COMUNIDAD AUTÓNOMA DE VALENCIA: LEY 3/1995..., *opus cit.*, artículo primero.

²⁵² C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *Las personas jurídicas...*, *opus cit.*, p. 72.

²⁵³ COMUNIDADES EUROPEAS: Propuesta Modificada de la Comisión, de 6 de julio de 1993, del Reglamento (CEE) del Consejo..., *opus cit.*, artículo 22.

2.1.3.1.3.3. La participación de los acreedores externos en la fijación de los objetivos de la sociedad cooperativa.

El ordenamiento jurídico español en materia de sociedades cooperativas, tanto el del Estado español como el de las Comunidades Autónomas españolas, reconocen como socios a determinados acreedores externos que, por tanto, participan en la fijación de los objetivos por contribuir exclusivamente a los flujos financieros, que no a los flujos reales, de la sociedad cooperativa.

Estos acreedores externos se pueden clasificar en dos tipos:

- Personas físicas, que han dejado de realizar la actividad cooperativizada por baja justificada, como puede ser la jubilación²⁵⁴.
- Personas físicas o jurídicas de carácter público o privado, que nunca han participado en los flujos reales de la sociedad cooperativa²⁵⁵.

Las limitaciones legales de estos acreedores externos en cuanto a su participación en los flujos informativo-decisionales de la sociedad cooperativa, según el ámbito geográfico de aplicación de las legislaciones en materia de sociedades cooperativas del Estado español, son:

²⁵⁴ La denominación de estos socios varía dependiendo del ámbito territorial al que se haga referencia: socio inactivo en la Comunidad Autónoma de Andalucía y del País Vasco; socio excedente en la Comunidad Autónoma de Cataluña y de Valencia; y asociado en la Comunidad Foral de Navarra y en el Estado español.

²⁵⁵ Al igual que en el caso anterior, la denominación de estos socios varía dependiendo del ámbito territorial al que se haga referencia: asociado en el Estado español, en la Comunidad Foral de Navarra y en la Comunidad Autónoma de Valencia; socio colaborador en la Comunidad Autónoma de Andalucía y del País Vasco; y adherido en la Comunidad Autónoma de Cataluña.

1.- Para los acreedores externos que anteriormente han sido socios:

- No pueden ser miembros de los distintos órganos sociales, salvo de la asamblea general; en las Comunidades Autónomas de Cataluña, Navarra y Valencia²⁵⁶.
- Para acceder a la condición de acreedor externo, han de tener una determinada antigüedad en la sociedad cooperativa como socio activo, participante en los flujos reales; en las Comunidades Autónomas de Cataluña y País Vasco²⁵⁷.

2.- Para los acreedores externos que no han sido nunca socios:

- No pueden tener al mismo tiempo la condición de acreedor externo y de socio; en el Estado español y en las Comunidades Autónomas de Cataluña y Valencia²⁵⁸.
- No pueden participar en la actividad cooperativizada, en las Comunidades Autónomas de Andalucía, Cataluña, País Vasco y Valencia²⁵⁹.
- No pueden ser miembros de los distintos órganos sociales de la sociedad cooperativa, excepto de la asamblea general; aunque puede asistir un representante, con voz pero sin voto, a las reuniones del consejo rector; en

²⁵⁶ COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CATALUÑA: DECRETO LEGISLATIVO 1/1992..., *opus cit.*, artículo 24.2.

COMUNIDAD AUTÓNOMA DE VALENCIA: LEY 11/1985..., *opus cit.*, artículo 23.

COMUNIDAD FORAL DE NAVARRA: LEY FORAL 12/1996..., *opus cit.*, artículo 29.

²⁵⁷ COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CATALUÑA: DECRETO LEGISLATIVO 1/1992..., *opus cit.*, artículo 24.1.

COMUNIDAD AUTÓNOMA DEL PAÍS VASCO: LEY 4/1993..., *opus cit.*, artículo 30.1.

²⁵⁸ COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CATALUÑA: DECRETO LEGISLATIVO 1/1992..., *opus cit.*, artículo 25.2.

COMUNIDAD AUTÓNOMA DE VALENCIA: LEY 11/1985..., *opus cit.*, modificada por COMUNIDAD AUTÓNOMA DE VALENCIA: LEY 3/1995..., *opus cit.*, artículo primero, artículo 23.bis.1.

ESPAÑA: LEY 3/1987..., *opus cit.*, artículo 39.1.

²⁵⁹ COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA: LEY 2/1985..., *opus cit.*, artículo 19.1.

COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CATALUÑA: DECRETO LEGISLATIVO 1/1992..., *opus cit.*, artículo 25.14.

COMUNIDAD AUTÓNOMA DEL PAÍS VASCO: LEY 4/1993..., *opus cit.*, artículo 19.2.

COMUNIDAD AUTÓNOMA DE VALENCIA: LEY 11/1985..., *opus cit.*, modificada por COMUNIDAD AUTÓNOMA DE VALENCIA: LEY 3/1995..., *opus cit.*, artículo primero, artículo 23.bis.1.b.

el Estado español y en las Comunidades Autónomas de Andalucía, Cataluña y Navarra²⁶⁰.

Las limitaciones de los acreedores externos en la fijación de los objetivos de la sociedad cooperativa, a través de la asamblea general se contemplan en el cuadro que sigue.

Ámbito territorial	Participación de los acreedores externos que anteriormente han sido socios	Participación de los acreedores externos que anteriormente no han sido socios	Participación total de los acreedores externos en la asamblea general.
Comunidad Autónoma de Andalucía	Veinte por ciento de los votos sociales ²⁶¹	Veinte por ciento de los votos sociales ²⁶²	Cuarenta por ciento de los votos sociales.
Comunidad Autónoma de Cataluña	Con voz pero sin voto ²⁶³	Veinte por ciento de los votos sociales ²⁶⁴	Veinte por ciento de los votos sociales
Comunidad Autónoma del País Vasco	Veinte por ciento de los votos sociales ²⁶⁵	Treinta y tres por ciento de los votos sociales ²⁶⁶	Cincuenta y tres por ciento de los votos sociales
Comunidad Autónoma de Valencia	Diez por ciento de los votos sociales ²⁶⁷	Cuarenta y cinco por ciento de los votos sociales ²⁶⁸	Cincuenta y cinco por ciento de los votos sociales
Comunidad Foral de Navarra	Con voz pero sin voto ²⁶⁹		Ninguna
Estado español	Veinte por ciento de los votos sociales ²⁷⁰		Veinte por ciento de los votos sociales

Cuadro 2.4.

La participación de los acreedores externos en la asamblea general de la sociedad cooperativa.

- ²⁶⁰ COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA: LEY 2/1985..., *opus cit.*, artículo 19.2.
 COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CATALUÑA: DECRETO LEGISLATIVO 1/1992..., *opus cit.*, artículo 25.19.
 COMUNIDAD FORAL DE NAVARRA: LEY FORAL 12/1996..., *opus cit.*, artículo 29.
 ESPAÑA: LEY 3/1987..., *opus cit.*, artículo 41.2.
- ²⁶¹ COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA: LEY 2/1985..., *opus cit.*, artículo 18.2.
- ²⁶² *Ibid.*, artículo 19.2.
- ²⁶³ COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CATALUÑA: DECRETO LEGISLATIVO 1/1992..., *opus cit.*, artículo 24.1.
- ²⁶⁴ *Ibid.*, artículo 25.18. El valor del voto de los adheridos será el mismo para todos con independencia de la cuantía de sus aportaciones del capital social.
- ²⁶⁵ COMUNIDAD AUTÓNOMA DEL PAÍS VASCO: LEY 4/1993..., *opus cit.*, artículo 30.2.
- ²⁶⁶ *Ibid.*, artículo 19.2.
- ²⁶⁷ COMUNIDAD AUTÓNOMA DE VALENCIA: LEY 11/1985..., *opus cit.*, artículo 23.
- ²⁶⁸ COMUNIDAD AUTÓNOMA DE VALENCIA: LEY 11/1985..., *opus cit.*, modificada por COMUNIDAD AUTÓNOMA DE VALENCIA: LEY 3/1995..., *opus cit.*, artículo primero, artículo 23.bis.1.d. Los estatutos sociales deben reconocer el derecho de voto de los asociados; por otro lado, el voto puede ser por unidad o proporcional al capital social, sin superar el límite máximo.
- ²⁶⁹ COMUNIDAD FORAL DE NAVARRA: LEY FORAL 12/1996..., *opus cit.*, artículo 29.
- ²⁷⁰ ESPAÑA: LEY 3/1987..., *opus cit.*, artículo 41.1. Por otro, se establece que el valor del voto de los asociados será el mismo para todos con independencia de la cuantía de sus aportaciones al capital social; pero en ningún caso, el valor del voto podrá exceder de la unidad.

Con lo contenido en el cuadro anterior se constata una limitación a la democracia, en las Comunidades Autónomas de Andalucía, Cataluña, País Vasco y Valencia y en el Estado español, entendida al cien por cien en la sociedad cooperativa: en el mejor de los casos el ochenta por ciento y en el peor es el cuarenta y cinco por ciento de los votos de la asamblea general están en manos de los socios.

Esta circunstancia puede provocar situaciones de conflicto en la sociedad cooperativa, dado que los acreedores externos y los socios pueden tener objetivos económicos y financieros divergentes que, evidentemente, intentarán fijar a través de la asamblea general.

Ante este menoscabo de la participación en la fijación de los objetivos de los socios participantes en los flujos reales de la sociedad cooperativa, se proponen dos soluciones alternativas:

- La eliminación del reconocimiento como socio del acreedor externo, aunque puede provocar una descapitalización de la sociedad cooperativa; circunstancia que se puede evitar reduciendo el peso del capital social en la estructura financiera, y aumentando la partida de préstamos voluntarios de los socios²⁷¹.
- La participación del acreedor externo en la asamblea general con voz pero sin voto.

2.1.3.1.3.4. La participación de los asalariados en la fijación de los objetivos de la sociedad cooperativa.

La participación en el proceso de toma de decisiones de los asalariados, que no son socios, es un asunto muy tratado en la literatura sobre organización de empresas²⁷².

²⁷¹ Sobre este aspecto puede verse el epígrafe 2.2.5.2.2.1. Los "Préstamos Voluntarios de los Socios", pp. 119-120.

²⁷² A este respecto puede verse entre otros:

Los asalariados pueden participar en el órgano de gestión, control y representación de la sociedad cooperativa (consejo rector), siempre y cuando la sociedad cooperativa tenga más de cincuenta asalariados con contrato por tiempo indefinido²⁷³.

El representante, o representantes, de los asalariados en el consejo rector ha de ser elegido por el comité de empresa, o en su defecto por los aquéllos.

Una solución, para evitar el menoscabo en la participación democrática de los socios, es transformar a los asalariados con contrato por tiempo indefinido en socios de trabajo.

La figura del socio de trabajo está contemplada en la legislación española en materia de sociedades cooperativas, tanto en la del Estado español como en la de las Comunidades Autónomas españolas, con las siguientes características²⁷⁴:

- Puede haber socios de trabajo en todos los tipos de sociedades cooperativas, siempre que esté previsto en los estatutos sociales; excepto en las sociedades cooperativas de trabajo asociado y de explotación comunitaria de la tierra²⁷⁵.

E.G. FORUBOTN: *La economía organizacional y el análisis de la cogestión*, CIRIEC-España, N. 10, mayo, 1991, pp. 41-56.

A. KAIERO: *La participación de los trabajadores en la empresa. Relaciones laborales y contexto social en Europa y en España*, Estudios de Deusto, V. XXXVI, Bilbao, julio-septiembre, 1988.

²⁷³ COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA: LEY 2/1985..., *opus cit.*, artículo 36.3.

COMUNIDAD AUTÓNOMA DEL PAÍS VASCO: LEY 4/1993..., *opus cit.*, artículo 50.2.

COMUNIDAD AUTÓNOMA DE VALENCIA: LEY 11/1985..., *opus cit.*, artículo 37.4 estipula la participación en el consejo rector cuando sean más de veinte trabajadores asalariados con contrato por tiempo indefinido, durante el año anterior a la elección.

COMUNIDAD FORAL DE NAVARRA: LEY FORAL 12/1996..., *opus cit.*, artículo 37.3.

ESPAÑA: LEY 3/1987..., *opus cit.*, artículo 55.3.

²⁷⁴ Con base en:

COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA: LEY 2/1985..., *opus cit.*, artículo 17.

COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CATALUÑA: DECRETO LEGISLATIVO 1/1992..., *opus cit.*, artículo 17.

COMUNIDAD AUTÓNOMA DEL PAÍS VASCO: LEY 4/1993..., *opus cit.*, artículo 21.

COMUNIDAD AUTÓNOMA DE VALENCIA: LEY 11/1985..., *opus cit.*, artículo 16; modificada por COMUNIDAD AUTÓNOMA DE VALENCIA: LEY 3/1995..., *opus cit.*, artículo primero.

COMUNIDAD FORAL DE NAVARRA: LEY FORAL 12/1996..., *opus cit.*, artículo 21.

ESPAÑA: LEY 3/1987..., *opus cit.*, artículo 30.

²⁷⁵ En el caso de la Comunidad Autónoma de Cataluña, de la Comunidad Foral de Navarra y del Estado español.

- Los socios de trabajo han de ser personas físicas, cuya actividad cooperativizada ha de consistir en la prestación de su trabajo personal en la sociedad cooperativa.
- Los socios de trabajo pueden participar democráticamente en la fijación de los objetivos de la sociedad cooperativa, aunque se han de establecer módulos de equivalencia para asegurar la equitativa y ponderada participación de estos socios en las obligaciones y derechos políticos y económicos. En este sentido, en el caso de que la sociedad cooperativa obtenga pérdidas en un ejercicio económico, se ha de "...garantizar a los socios de trabajo una compensación mínima igual al 70 por 100 de las retribuciones satisfechas en la zona por igual trabajo y, en todo caso, no inferior al importe del salario mínimo interprofesional"²⁷⁶.

El estatuto de la sociedad cooperativa europea, aunque no excluye la posibilidad de los socios de trabajo, regula la creación de procedimientos de información y consulta entre los órganos de dirección y de administración de los asalariados, mediante un comité diferenciado o en el seno de cualquier otra estructura creada²⁷⁷.

Por otro lado, algunos autores defienden el peligro de la degeneración de la sociedad cooperativa²⁷⁸. Ahora bien, este peligro se ha analizado sobre un único tipo de sociedad cooperativa: la de trabajo asociado. La degeneración de la sociedad cooperativa reside en la posibilidad que la sociedad consiga la mayor parte del factor trabajo para su proceso productivo mediante asalariados, y por tanto, sin ninguna intervención en la gestión; deslizándose la sociedad cooperativa hacia una empresa capitalista convencional; siendo por otro lado, improbable debido a las limitaciones de contratación de trabajadores no socios²⁷⁹ en las sociedades cooperativas de trabajo asociado, contempladas en las distintas legislaciones en materia de sociedades cooperativas, tanto en la del Estado español como en la de las Comunidades Autónomas españolas, tal y como se recoge en el siguiente cuadro.

²⁷⁶ ESPAÑA: LEY 3/1987..., *opus cit.*, artículo 30.3.

²⁷⁷ COMUNIDADES EUROPEAS: Propuesta Modificada de la Comisión, de 6 de julio de 1993, de Directiva del Consejo..., *opus cit.*, artículos 3.3 y 4.2.

²⁷⁸ Sobre este aspecto puede verse en estudio en:

A. SERRA RAMONEDA: *La empresa. Análisis económico*, Labor Universitaria y Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona, Barcelona, 1993, pp. 124-126.

²⁷⁹ *Ibíd.*, p. 126.

Ambito territorial	La limitación de contratación de asalariados en la sociedad cooperativa de trabajo asociado
Comunidad Autónoma de Andalucía ²⁸⁰	“El número de trabajadores no socios y con contrato de trabajo por tiempo indefinido no podrá ser superior al 10 por ciento del total de socios...”.
Comunidad Autónoma de Cataluña ²⁸¹	“El número de trabajadores de las cooperativas de trabajo asociado que tengan contrato de trabajo por tiempo indefinido no puede ser superior al diez por ciento del total de socios y en ningún caso puede ser superior a cincuenta trabajadores”.
Comunidad Autónoma del País Vasco ²⁸²	“El número de jornadas legales realizadas por trabajadores con contrato de trabajo por cuenta ajena no podrá ser superior al treinta por ciento del total de jornadas legales de trabajo realizadas por los socios trabajadores. Si las necesidades objetivas de la empresa obligarán a superar ese porcentaje, ello será válido para un período que no exceda de tres meses; para superar dicho plazo deberá solicitarse autorización motivada del Departamento de Trabajo y Seguridad Social...”.
Comunidad Autónoma de Valencia ²⁸³	“La cooperativa podrá emplear trabajadores asalariados con contrato de trabajo por tiempo indefinido, siempre que el número de jornadas legales realizadas por estos trabajadores durante el ejercicio económico no supere el 10 por 100 de jornadas legales de trabajo realizadas por los socios... Si el número de socios es inferior a 10, podrá contratarse un trabajador asalariado con contrato por tiempo indefinido”.
Comunidad Foral de Navarra ²⁸⁴	“El número de jornadas legales realizadas por los trabajadores por cuenta ajena con contrato por tiempo indefinido en una sociedad cooperativa de trabajo asociado no será en ningún caso superior al treinta por ciento del total de jornadas legales de trabajo realizadas por los socios trabajadores de la entidad”.
Estado español ²⁸⁵	“El número de trabajadores asalariados en la Cooperativa con contrato por tiempo indefinido no podrá ser superior al 10 por ciento del total de sus socios”.

Cuadro 2.5.

La limitación de contratación asalariados en la sociedad cooperativa de trabajo asociado.

2.1.3.2. La participación de los socios en la estructura administrativa de la sociedad cooperativa.

La participación de los socios en la estructura administrativa de la sociedad cooperativa se realiza de forma directa proveyendo o consumiendo bienes y servicios; y de manera indirecta supervisando, a través de los distintos órganos de control de la estructura orgánica, las funciones y actividades desarrolladas por la estructura administrativa.

²⁸⁰ COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA: LEY 2/1985..., *opus cit.*, artículo 77.3.

²⁸¹ COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CATALUÑA: DECRETO LEGISLATIVO 1/1992..., *opus cit.*, artículo 101.3.

²⁸² COMUNIDAD AUTÓNOMA DEL PAÍS VASCO: LEY 4/1993..., *opus cit.*, artículo 99.4.

²⁸³ COMUNIDAD AUTÓNOMA DE VALENCIA: LEY 11/1985..., *opus cit.*, artículo 72.2; modificada por COMUNIDAD AUTÓNOMA DE VALENCIA: LEY 3/1995..., *opus cit.*, artículo primero.

²⁸⁴ COMUNIDAD FORAL DE NAVARRA: LEY FORAL 12/1996..., *opus cit.*, artículo 64.3.

²⁸⁵ ESPAÑA: LEY 3/1987..., *opus cit.*, artículo 118.7. Aplicable donde no haya legislación autonómica y con carácter subsidiario donde haya legislación autonómica.

2.1.3.3. Los problemas de la participación eficiente en la sociedad cooperativa²⁸⁶.

2.1.3.3.1. La eficiencia en el proceso de toma de decisiones de la sociedad cooperativa.

La participación democrática de los socios en el proceso de toma de decisiones ha de ser eficiente, es decir, que las satisfacciones que produce la participación han de ser mayores que los sacrificios que conlleva; para que el funcionamiento del resto de flujos que conforman la sociedad cooperativa, sea también eficiente.

La sociedad cooperativa, como empresa de participación, se basa en la democracia, y ello "requiere, evidentemente, un equilibrio de poder de decisión acerca de las cuestiones de la propia organización. Y para ello, es preciso que haya un equilibrio en la dependencia que tienen los diferentes miembros de la organización respecto de ésta"²⁸⁷.

2.1.3.3.2. Las limitaciones a la eficiencia en la sociedad cooperativa.

En lo que sigue, se ponen de manifiesto los problemas que se producen en las sociedades cooperativas y que limitan su eficiencia.

2.1.3.3.2.1. El problema de la doble condición de los socios en la sociedad cooperativa.

Un fenómeno particular de este tipo de empresa es el peligro de la doble condición del socio. Este problema se produce por la confusión entre:

²⁸⁶ En este epígrafe se sigue a:

C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *El problema...*, *opus cit.*.

²⁸⁷ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *Las personas jurídicas...*, *opus cit.*, p. 63.

- a) Los socios, que fijan los objetivos y ocupan los órganos de representación, de vigilancia o de control de la sociedad cooperativa.
- b) Los directivos, que realizan funciones de dirección y de gestión para la consecución de los objetivos fijados por los socios.

Los socios se sitúan arriba de la estructura, fijando los objetivos de manera democrática; y abajo, participando en los flujos reales de producción y distribución de bienes y servicios. Esta doble posición provoca un conflicto de poder entre socios y directivos, que puede derivar en una desconfianza de los socios hacia los directores y gestores de la sociedad cooperativa.

2.1.3.3.2.1.1. El conflicto de poder entre los socios y los directores.

El conflicto de poder entre los socios y los directores se produce por la incomprensión respectiva de las funciones de cada uno. Los socios deben entender que no son profesionales, es decir, que no están cualificados para gestionar y dirigir la sociedad cooperativa. Por otro lado, el director debe asumir que los socios son los que fijan los objetivos, y que su función es la consecución de aquéllos.

Para evitar este conflicto de poder el consejo rector ha de funcionar como un consejo de vigilancia; es decir, como un órgano intermedio entre el conjunto de los socios que fijan los objetivos en la asamblea general, y la dirección, que se encarga de tomar todas las decisiones que estime oportunas para que esos mismos socios ejecuten las acciones que permitan la consecución de aquellos objetivos, a través de la estructura administrativa correspondiente²⁸⁸.

²⁸⁸ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *La concentración económico-empresarial (los conglomerados) de sociedades cooperativas*, en VARIOS: **Las empresas públicas sociales y cooperativas en la nueva Europa (XIX Congreso Internacional del CIRIEC)**, CIRIEC-España, Valencia, 1994, pp. 419-442, pp. 433-434.

En este sentido, los socios deben comprender que para la consecución de sus objetivos económicos, el logro de la máxima rentabilidad económica y financiera, es necesario contar con un cuadro de directivos profesionales.

2.1.3.4. Los requerimientos para la eficiencia de la sociedad cooperativa.

2.1.3.4.1. La homogeneidad de los socios por su contribución a los flujos reales.

Los problemas derivados de la falta de homogeneidad en la participación de los socios en los flujos reales pueden ser resueltos mediante:

2.1.3.4.1.1. Las secciones²⁸⁹.

Las secciones agrupan a socios con intereses socio-económicos comunes y pueden permitir a través de su estructura²⁹⁰ que la participación, tanto cuantitativa como cualitativa, de los socios en los flujos reales de la sociedad cooperativa sea aproximadamente igual, evitando problemas de poder ficticio de unos socios respecto de otros en la fijación democrática de los objetivos.

2.1.3.4.1.2. Los procesos de desvinculación patrimonial²⁹¹.

Los procesos de desvinculación patrimonial pueden permitir conseguir unidades operativas homogéneas, eliminando el problema de la dependencia de los socios con una

²⁸⁹ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *Las personas jurídicas...*, *opus cit.*, p. 73.

²⁹⁰ Ver el epígrafe 2.1.2.3.1. Las secciones de las sociedades cooperativas, pp. 68-70.

²⁹¹ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *Las personas jurídicas...*, *opus cit.*, p. 73.

mayor presencia en la actividad cooperativizada, pero en minoría numérica; y el de la heterogeneidad.

2.1.3.4.1.3. La limitación del principio cooperativo de puertas abiertas.

Debido a que la participación democrática en la sociedad cooperativa se sustenta en la participación efectiva de los socios en los flujos reales de producción y distribución, ambos de bienes y servicios, es necesario establecer unas determinadas condiciones económicas y de participación de los socios en aquéllos; aunque pueda rozar el incumplimiento del principio cooperativo de puertas abiertas, y así evitar la implantación del voto plural ponderado²⁹².

2.1.3.4.2. La participación efectiva de los socios en la estructura orgánica.

El socio de una sociedad cooperativa tiene el derecho y el deber de participar de manera activa y de forma democrática en su organización empresarial.

En efecto, el socio tiene derecho a²⁹³:

- Elegir y ser elegido para participar en los órganos sociales.
- Participar con voz y con voto en la asamblea general.
- Recibir la información necesaria para el ejercicio de sus derechos y el cumplimiento de sus obligaciones.
- Participar en la actividad cooperativizada.

Estos derechos se derivan de su condición de partícipe en la(s) actividad(es) cooperativizada(s) de la sociedad y de la exigencia legal de²⁹⁴:

²⁹² C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *La economía social...*, *opus cit.*, p. 203.

²⁹³ ESPAÑA: LEY 3/1987..., *opus cit.*, artículo 35.



- Participar en las reuniones de la asamblea general.
- Aceptar los cargos en los órganos sociales cuando sean elegidos.
- Participar en las actividades de formación.

La participación del socio, así entendida, tiene compensaciones o recompensas que se manifiestan en la satisfacción que conlleva ser empresario de una organización y en la capacidad de tomar decisiones democráticamente, haciendo posible el funcionamiento de la sociedad cooperativa debido a su participación²⁹⁵.

Para permitir la participación efectiva de los socios en los distintos órganos sociales, es conveniente que los cargos en dichos órganos sean rotativos. Los períodos de renovación de los cargos son:

- Entre dos y cuatro años para los miembros del consejo rector, pudiéndose renovar los consejeros simultáneamente o parcialmente²⁹⁶.
- Entre uno y tres años para los interventores de cuentas²⁹⁷.
- Dos años para los miembros del comité de recursos²⁹⁸.

Por otro lado, y para evitar conflictos y desconfianzas de los socios, por la posible acumulación de poder e información de unos socios, se establece un régimen de incompatibilidades entre los distintos cargos sociales:

- El cargo de miembro del comité de recursos es incompatible con cualquier otro cargo de elección²⁹⁹.
- El cargo de consejero es incompatible con el de director³⁰⁰.

²⁹⁴ *Ibíd.*, artículo 34.

²⁹⁵ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *El problema...*, *opus cit.*, p. 105.

²⁹⁶ ESPAÑA: LEY 3/1987..., *opus cit.*, artículo 57.1.

²⁹⁷ *Ibíd.*, artículo 67.1.

²⁹⁸ *Ibíd.*, artículo 70.2.

²⁹⁹ *Ibíd.*, artículo 70.2.

³⁰⁰ *Ibíd.*, artículo 62.2.

2.1.3.4.3. Otros requerimientos para la eficiencia de la sociedad cooperativa³⁰¹.

Otros requisitos para evitar los problemas que perturban la consecución de la eficiencia en la participación democrática en el proceso de toma de decisiones de la sociedad cooperativa son:

2.1.3.4.3.1. La información.

La información es un requerimiento para la eficiencia en un doble sentido: por una parte, la información que los socios deben tener para poder tomar decisiones; por otra parte, la información que necesitan los directores para poder conseguir los objetivos fijados por los socios.

2.1.3.4.3.2. La comunicación.

La información requiere contar con canales de comunicación que la transmitan. El elevado número de socios de algunas sociedades cooperativas dificulta en ocasiones la transmisión de la información, y de ahí que sea necesario un contacto entre los socios a través de reuniones, encuentros, etcétera.

2.1.3.4.3.3. La educación y la formación.

La educación y la formación ha dejado de ser una regla exclusiva, por principio cooperativo, de las sociedades cooperativas; siendo aplicada por todas las empresas para poder adaptarse a un entorno cada vez más complejo y dinámico.

³⁰¹ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *El problema...*, *opus cit.*, pp. 114-116.

La necesidad de la formación en la sociedad cooperativa es debida a dos factores:

- a) La eventual falta de conocimiento, por parte de los socios, del funcionamiento de la empresa de la cual son partícipes.
- b) La posible escasa capacitación de los directivos de las sociedades cooperativas en comparación con las empresas capitalistas convencionales. En este caso, parece conveniente que la formación sea promovida desde las sociedades cooperativas y desde sus organizaciones representativas.

2.2. Los flujos financieros en la sociedad cooperativa como empresa de distribución de productos³⁰².

2.2.1. El concepto de flujos financieros.

Los flujos financieros en la sociedad cooperativa tienen que ver, como en cualquier otra empresa capitalista convencional, con: los cobros y pagos; los ingresos y los gastos; y la aplicación y captación de fondos.

En lo que sigue, se realiza un análisis de los flujos financieros. Concretamente, de los objetivos financieros, la formación y la distribución del excedente económico, la estructura financiera de la sociedad cooperativa y la rentabilidad financiera de los socios.

2.2.2. Los objetivos financieros de la sociedad cooperativa³⁰³.

La participación del socio en los flujos financieros, al igual que en el caso de los flujos reales, ha de ser medida en términos de eficiencia, de ahí que el socio haya de obtener una ganancia por participar en la sociedad.

Sin embargo, el beneficio en estas empresas, no se mide a través de la estructura contable del resultado, puesto que en la mayoría de las ocasiones puede hacerse muy pequeño o incluso nulo, con tal de que el socio obtenga una mayor remuneración por su participación en la empresa que la que obtendría si no fuera socio.

En este sentido, es necesario hacer máximo el valor de la empresa, que se traduce en la sociedad cooperativa en hacer máximas las contraprestaciones que los socios han de

³⁰² En este epígrafe se sigue a:

C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *Estudio del régimen económico...*, *opus cit.*

³⁰³ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *Análisis de la rentabilidad financiera y económica de los socios de las empresas revestidas como cooperativas: la influencia de una rentabilidad en la otra y la aplicación del criterio (principio) de justicia -que no de solidaridad- en la distribución de la ganancia real*, *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, V. 1, N. 2, 1992, pp. 115-124.

recibir por participar en la sociedad; y ello se mide en términos de rentabilidad. Por tanto, y en el caso de la participación en los flujos financieros, se ha de conseguir hacer máxima la rentabilidad financiera.

La rentabilidad financiera del socio viene dada por los intereses recibidos por sus aportaciones a la estructura financiera; y ha de ser competitiva en el mercado financiero³⁰⁴.

Además de hacer máxima la rentabilidad económica³⁰⁵ y la rentabilidad financiera, la sociedad cooperativa ha de tratar de conseguir otros objetivos complementarios; a saber:

1.- Hacer mínima la contribución no retribuable de los socios a la sociedad cooperativa.

La dotación obligatoria a los fondos no repartibles y no retribuíbles en la sociedad cooperativa, supone una menor rentabilidad del socio por su participación en la empresa.

La sociedad cooperativa ha de tratar de, si no hacerlos mínimos, si conformarlos con otras partidas distintas que la de resultados por operaciones con los socios; como son los resultados por operaciones con terceros no socios y los resultados por operaciones extraordinarias.

2.- Hacer mínima la carga fiscal.

La carga impositiva que sufre la sociedad cooperativa ha de ser tan pequeña como sea posible, ya que lo importante es que el socio reciba la mayor remuneración por su trabajo, en el caso de ser socio de trabajo; el mayor precio por su producto, en el caso de ser socio proveedor; o las mejores condiciones para el consumo, en el caso de ser socio consumidor.

³⁰⁴ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *Método de valoración económico-financiera de la sociedad cooperativa: una propuesta*, en VARIOS: **VIII Congreso Nacional y IV Congreso Hispano-Francés de la Asociación Europea de Administración y Dirección de Empresas (La reconstrucción de la empresa en el nuevo orden económico)**, Cáceres 7-10 junio de 1994, Editor: R.M. HERNÁNDEZ MOGOLLÓN, Cáceres, 1994, V. III, pp. 237-256, p. 245.

³⁰⁵ Sobre la rentabilidad económica ver el epígrafe 2.3.3.2.2.1.2. La rentabilidad económica del socio, pp. 179-186.

En suma, se pretende que no luzcan beneficios contables; para que se hagan anticipados, lo que no significa que la sociedad cooperativa no sea eficiente.

Este planteamiento no tiene porque provocar la descapitalización de la sociedad cooperativa, ya que los socios pueden aumentar la consistencia de la estructura financiera de la sociedad cooperativa a través de otras partidas, que se analizan más abajo³⁰⁶.

2.2.3. La formación del excedente en la sociedad cooperativa.

2.2.3.1. El concepto de excedente en la sociedad cooperativa.

El excedente se define como "una magnitud flujo, dinámica, que expresa, en términos absolutos, el resultado de la empresa en el período de tiempo -generalmente el año- al que va referido..." calculándose "... como diferencia entre el valor de las ventas netas de las operaciones ordinarias y el valor de los sacrificios económicos en los que se incurre para conseguir esos ingresos"³⁰⁷.

La normativa en materia de sociedades cooperativas, tanto la del Estado español como la de las Comunidades Autónomas españolas, utiliza el término excedente para referirse al resultado positivo, mientras que utiliza el término pérdida para referirse al resultado negativo; siendo lo correcto referirse con el término excedente tanto al resultado positivo como al negativo.

Es preciso hacer un apunte sobre la identificación del concepto de beneficio al de lucro; debido a la concepción tradicional de la sociedad cooperativa como una sociedad sin ánimo de lucro. En este sentido, el beneficio es la utilidad o provecho que se recibe, sin hacer referencia a persona alguna; mientras que el lucro es la ganancia y provecho que se extrae de una cosa o persona. De manera que lo negativo es la injusticia que se deriva de la explotación de unas personas por otras, pero no en el hecho de obtener excedentes³⁰⁸.

³⁰⁶ Ver el epígrafe 2.2.5. La estructura financiera de la sociedad cooperativa, pp. 105-123.

³⁰⁷ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *Estudio del régimen económico...*, *opus cit.*, p. 175.

³⁰⁸ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *Precisiones...*, *opus cit.*, p. 159.

2.2.3.2. Los tipos de excedentes cooperativos.

El excedente de la sociedad cooperativa está formado por tres tipos de subexcedentes, según el tipo de operaciones realizadas para su generación, que refleja una vez más el carácter mutualista de la sociedad cooperativa, con implicaciones distintas en su distribución; a saber³⁰⁹:

- El excedente ordinario por operaciones con los socios.
- El excedente ordinario por operaciones con terceros no socios.
- El excedente extraordinario.

Con todo, el excedente de la sociedad cooperativa para el ejercicio t-ésimo se puede notar como sigue:

$$E_{i=SC}^t \geq 0 = [EOS_{i=SC}^t \geq 0] + [EOT_{i=SC}^t \geq 0] + [EE_{i=SC}^t \geq 0]$$

Donde:

$E_{i=SC}^t$: excedente económico de la sociedad cooperativa que ocupa el escalón i-ésimo en el canal de distribución en el período t-ésimo.

$EE_{i=SC}^t$: excedente extraordinario de la sociedad cooperativa que ocupa el escalón i-ésimo en el canal de distribución en el período t-ésimo.

$EOS_{i=SC}^t$: excedente ordinario por operaciones con los socios de la sociedad cooperativa que ocupa el escalón i-ésimo en el canal de distribución en el período t-ésimo.

³⁰⁹ Toda referencia normativa en este epígrafe se basa en:
ESPAÑA: LEY 3/1987..., *opus cit.*, por ser aplicable donde no haya legislación autonómica y con carácter subsidiario donde la haya.

$EOT_{i=SC}^t$: excedente ordinario por operaciones con terceros no socios de la sociedad cooperativa que ocupa el escalón i-ésimo en el canal de distribución en el período t-ésimo.

2.2.3.2.1. El excedente ordinario por operaciones con los socios.

Este excedente está formado por la diferencia entre los ingresos y los gastos necesarios para conseguirlos, que procedan de la actividad que la sociedad cooperativa desarrolla con sus socios.

Entre los gastos que se deducen para la determinación del excedente extraordinario se consideran³¹⁰:

- El importe de los bienes y servicios entregados por los socios para la gestión de la sociedad cooperativa.
- Los gastos necesarios para el funcionamiento de la sociedad cooperativa.
- Las cantidades destinadas a la amortización efectiva del inmovilizado.

2.2.3.2.2. El excedente ordinario por operaciones con terceros no socios.

Este excedente está formado por la diferencia entre los ingresos y los gastos necesarios para conseguir aquéllos, que procedan de las operaciones ordinarias con terceros no socios.

En el caso, de que la sociedad cooperativa realice operaciones ordinarias con terceros no socios, los resultados deben contabilizarse por separado³¹¹; imputando una parte de los gastos generales de la sociedad cooperativa³¹².

³¹⁰ ESPAÑA: LEY 3/1987..., *opus cit.*, artículo 83.1.

³¹¹ *Ibid.*, artículo 83.2.

La realización de operaciones ordinarias con terceros no socios tiene dos implicaciones³¹³:

- La discriminación de las operaciones con terceros no socios, por el sentido mutualista de la Ley, que pudieran ser rentables y beneficiosas para la sociedad cooperativa en su conjunto. Esta limitación es un factor desincentivador para la realización de operaciones con terceros no socios y extraordinarias, dado que el destino de los resultados de estas operaciones es el "Fondo de Reserva Obligatorio"³¹⁴.
- La necesidad de contar con sistemas contables suficientes como para poder separar los gastos que sean comunes a las operaciones con los socios y a las operaciones con terceros no socios.

2.2.3.2.3. El excedente extraordinario.

El excedente extraordinario de la sociedad cooperativa está formado por la diferencia entre los ingresos y los gastos, que no corresponden al objeto social de la sociedad cooperativa, tales como³¹⁵:

- Las plusvalías o minusvalías por enajenación de los elementos del inmovilizado.
- Los beneficios o las pérdidas por las inversiones de la sociedad cooperativa en sociedades de naturaleza no cooperativa, ya sean del grupo, asociadas u otras.
- Los resultados obtenidos de fuentes ajenas a los fines específicos de la sociedad cooperativa.
- Los resultados procedentes de las secciones de crédito, con excepción de los derivados de: las operaciones activas realizadas con los socios, las sociedades

³¹² ESPAÑA: LEY 20/1990..., *opus cit.*, artículo 16.4.

³¹³ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *Estudio del régimen económico...*, *opus cit.*, p. 178.

³¹⁴ ESPAÑA: LEY 3/1987..., *opus cit.*, artículo 83.2.

³¹⁵ ESPAÑA: LEY 20/1990..., *opus cit.*, artículo 21.

ESPAÑA: LEY 3/1987..., *opus cit.*, artículo 83.2.

cooperativas de crédito y de las inversiones en fondos públicos y valores emitidos por empresas públicas.

Al igual que en el caso del excedente ordinario por operaciones con terceros no socios, el excedente extraordinario debe separarse contablemente del resto de los excedentes por su distinto tratamiento.

2.2.4. La distribución del excedente en la sociedad cooperativa.

En lo que sigue, se procede a realizar un estudio de la distribución del excedente de la sociedad cooperativa, según dos criterios:

- El saldo del excedente, positivo o negativo.
- La naturaleza de las operaciones realizadas para la generación del excedente.

2.2.4.1. La distribución del excedente positivo.

2.2.4.1.1. La distribución del excedente ordinario positivo por operaciones con los socios.

La distribución del excedente ordinario cooperativo por operaciones con los socios ha de ser acordada por la asamblea general, según las disposiciones estatutarias y con las restricciones legales que más abajo se enumeran.

El excedente ordinario por operaciones con los socios se ha de aplicar a³¹⁶:

- 1.- Abonar los intereses devengados por los socios y asociados por su aportación a la estructura financiera, esto es³¹⁷:

³¹⁶ ESPAÑA: LEY 3/1987..., *opus cit.*, artículos 83.1.c), 84 y 85.

³¹⁷ Por esta razón, además, el excedente por operaciones con terceros no socios y el excedente extraordinario están beneficiados, y por tanto, la ventaja fiscal es menor.

- Por sus aportaciones, tanto obligatorias como voluntarias al "Capital Social".
- Por los "Préstamos Voluntarios de los Socios".
- Por las aportaciones al "Fondo Regulado por la Asamblea General".

También se incluyen los intereses abonados a los obligacionistas y a otros acreedores financieros.

2.- Pagar impuestos. La Ley General de Cooperativas estipula que el pago de impuestos ha de realizarse antes de dotar los fondos obligatorios³¹⁸.

En el caso de que la sociedad cooperativa sea fiscalmente protegida, el tipo de gravamen aplicable en el Impuesto de Sociedades es del veinte por ciento³¹⁹; si la sociedad cooperativa está especialmente protegida, además tiene una bonificación del cincuenta por ciento de la cuota íntegra³²⁰.

3.- Dotar los fondos obligatorios; sabiendo que la cuantía global que se debe dotar al "Fondo de Reserva Obligatorio" y al "Fondo de Educación y Promoción", no ha de ser inferior al treinta por ciento sobre el excedente ordinario por operaciones con los socios, con las siguientes posibilidades:

- a.- Si el "Fondo de Reserva Obligatorio" es menor al cincuenta por ciento sobre el "Capital Social", se dota como mínimo el treinta por ciento del excedente por operaciones con los socios al "Fondo de Reserva Obligatorio".
- b.- Si el "Fondo de Reserva Obligatorio" es mayor que el "Capital Social", pero inferior al doble, se dota como mínimo el cinco por ciento del

³¹⁸ ESPAÑA: LEY 3/1987..., *opus cit.*, artículo 84.

³¹⁹ ESPAÑA: LEY 43/1995, de 27 de diciembre, del Impuesto sobre Sociedades, **B.O.E.** del 28, artículo 26.3; modificada por ESPAÑA: REAL DECRETO-LEY 8/1996, de 7 de junio, de medidas fiscales urgentes sobre corrección de la doble imposición interna intersocietaria y sobre incentivos a la internacionalización de las empresas, **B.O.E.** del 8.

ESPAÑA: LEY 20/1990..., *opus cit.*, artículo 33.

En el caso de las sociedades cooperativas de crédito y las cajas rurales el tipo de gravamen aplicable es del veinticinco por ciento.

³²⁰ ESPAÑA: LEY 20/1990..., *opus cit.*, artículo 34.

excedente por operaciones con los socios al "Fondo de Educación y Promoción", y el veinticinco por ciento, al menos, al "Fondo de Reserva Obligatorio".

- c.- Si el "Fondo de Reserva Obligatorio" es mayor que el doble del "Capital Social", se dota, como mínimo, el diez por ciento al "Fondo de Educación y Promoción" y el veinte por ciento, al menos, al "Fondo de Reserva Obligatorio" sobre el excedente por operaciones con los socios.

La dotación al "Fondo de Educación y Promoción" se considera un gasto deducible en el cálculo de la base imponible del Impuesto de Sociedades³²¹, siempre que se aplique según el plan aprobado por la asamblea general³²², mientras que el cincuenta por ciento de la cuantía destinada obligatoriamente al "Fondo de Reserva Obligatorio" se reduce de la base imponible.

- 4.- Remunerar a los socios por su participación en los flujos reales de producción y distribución de bienes y servicios: el retorno cooperativo.

El retorno cooperativo se distribuye a los socios "en proporción a las operaciones, actividades o servicios cooperativizados realizados por cada socio en la Cooperativa"³²³.

La asamblea general o los estatutos sociales, han de fijar la forma de hacer efectivo el retorno, de acuerdo con las siguientes modalidades³²⁴:

- a.- Hacerlo efectivo a los socios, una vez que el balance haya sido aprobado por la asamblea general.
- b.- Incorporarlo a la partida de "Capital Social", incrementando las aportaciones obligatorias y voluntarias de los socios y de los asociados.
- c.- Incorporarlo a un "Fondo Regulado por la Asamblea General".

³²¹ *Ibíd.*, artículo 18.2.

³²² *Ibíd.*, artículo 19.

³²³ ESPAÑA: LEY 3/1987..., *opus cit.*, artículo 85.1.

³²⁴ *Ibíd.*, artículo 85.2.

5.- Hacer partícipes a los asalariados en los resultados de la sociedad cooperativa.

En el caso de que la sociedad cooperativa sea de trabajo asociado, los asalariados pueden participar en un veinticinco por ciento de los retornos acreditados a los socios trabajadores; en el resto de las sociedades cooperativas, ha de ser la asamblea general, previo informe del consejo rector y oídos los trabajadores asalariados, quien decida la cuantía y la forma de reparto de dichos resultados³²⁵.

6.- Dotar, en una mayor cuantía, el "Fondo de Reserva Obligatorio" y el "Fondo de Educación y Promoción".

7.- Dotar un "Fondo de Reserva Voluntario", de carácter irrepartible.

2.2.4.1.2. La distribución del excedente ordinario positivo por operaciones con terceros no socios y del excedente extraordinario positivo.

El excedente ordinario positivo por operaciones con terceros no socios y el excedente extraordinario positivo pasan a formar parte íntegramente del "Fondo de Reserva Obligatorio".

Este destino se justifica por dos razones³²⁶:

- La imposibilidad de distribuirlo entre los socios ya que no son los que han contribuido a ellos.
- La vocación del legislador de hacer independientes a las sociedades cooperativas de la financiación de los socios que las forman, así como en hacerlas aparecer con una estructura financiera convencional.

³²⁵ *Ibíd.*, artículo 86.

³²⁶ Ver:

C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *Estudio del régimen económico...*, *opus cit.*

El tipo de gravamen aplicable al excedente ordinario por operaciones con terceros no socios y al excedente extraordinario, en el Impuesto de Sociedades es el tipo general: el treinta y cinco por ciento³²⁷.

2.2.4.2. La distribución del excedente negativo.

2.2.4.2.1. La distribución del excedente ordinario negativo por operaciones con los socios.

En el supuesto de que en el ejercicio económico hubiera pérdidas, los estatutos sociales han de fijar como compensarlas de acuerdo con las siguientes restricciones³²⁸:

- 1.- El cincuenta por ciento, como máximo, han de ser compensadas con el saldo del "Fondo de Reserva Obligatorio", si es posible.
- 2.- Si se hubiera creado el "Fondo de Reserva Voluntario", pueden compensarse con el mismo, según el porcentaje establecido por la asamblea general.
- 3.- El resto de las pérdidas, se han de imputar a los socios en función de la actividad desarrollada con la sociedad y nunca en función de sus aportaciones a la partida de "Capital Social".

La forma de satisfacer las pérdidas, por parte de los socios, puede hacerse de acuerdo con alguna de las siguientes modalidades³²⁹:

- Hacerlo efectivo en metálico en el ejercicio económico de aprobación del balance correspondiente.
- Mediante la deducción de los retornos que tenga acreditado el socio en el "Fondo Regulado por la Asamblea General".

³²⁷ ESPAÑA: LEY 43/1995..., *opus cit.*, artículo 26.1.

ESPAÑA: LEY 20/1990..., *opus cit.*, artículo 33.

³²⁸ ESPAÑA: LEY 3/1987..., *opus cit.*, artículo 87.1. a), b) y c).

³²⁹ *Ibid.*, artículo 87.1.d).

- Mediante deducciones de sus aportaciones al "Capital Social", primero de las voluntarias y después de las obligatorias.
- Con los retornos cooperativos, que puedan corresponderle al socio en los cinco ejercicios económicos siguientes a aquél en el que se aprueba el balance en el que se produjeron las pérdidas.

2.2.4.2.2. La distribución del excedente ordinario negativo por operaciones con terceros no socios y del excedente extraordinario negativo.

En justa consonancia con la distribución de los excedentes positivos, los excedentes negativos por operaciones con terceros no socios o extraordinarias se imputan al "Fondo de Reserva Obligatorio"³³⁰.

En el caso, de que el "Fondo de Reserva Obligatorio" no sea suficiente para cubrir las pérdidas, la diferencia se recoge en una "Cuenta Especial para Amortización de Pérdidas"³³¹, con cargo a futuras dotaciones del "Fondo de Reserva Obligatorio".

2.2.5. La estructura financiera de la sociedad cooperativa³³².

En lo que sigue, se estudian los componentes de la estructura financiera de la sociedad cooperativa, con base en dos criterios:

- Según su procedencia: recursos internos y externos.
- Según su titularidad: recursos propios y ajenos.

³³⁰ *Ibid.*, artículos 87.2 y 87.3.

³³¹ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *Estudio del régimen económico...*, *opus cit.*, p. 213.

³³² Para un estudio en profundidad puede verse:

C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *Estudio del régimen económico...*, *opus cit.*, pp. 190-213.

2.2.5.1. La financiación propia.

Dentro de la financiación propia de la sociedad cooperativa se distinguen los recursos que se generan dentro de la entidad, de aquellos que tienen origen mixto.

2.2.5.1.1. La financiación propia interna y externa.

2.2.5.1.1.1. El "Fondo de Reserva Obligatorio".

El "Fondo de Reserva Obligatorio" es una de las partidas más importantes de la estructura financiera de la sociedad cooperativa, en cuanto que constituye el único recurso propio obligatorio de la sociedad.

El objetivo de este fondo es la consolidación de la solvencia de la sociedad cooperativa.

Entre las características del "Fondo de Reserva Obligatorio" se pueden destacar las siguientes³³³:

- 1.- El carácter irrepartible de este fondo, incluso en una situación de liquidación de la sociedad cooperativa.

Esta irrepartibilidad del "Fondo de Reserva Obligatorio" tiene dos justificaciones:

- La financiera, que pretende conferir más solvencia a la sociedad cooperativa.
- La doctrinal, por la aplicación del principio cooperativo de intercooperación, desde dos posturas:
 - a.- Si la sociedad cooperativa sobrevive, el "Fondo de Reserva Obligatorio" es una herencia que realizan los socios actuales a los futuros.

³³³ *Ibid.*, pp. 193-194.

- b.- Si la sociedad cooperativa se liquida, el haber social, una vez pagadas todas las deudas, se utiliza para el fomento del cooperativismo.

2.- La ausencia de rentabilidad financiera de este fondo para los socios.

Debido a esta ausencia de rentabilidad, la única forma que tienen los socios de compensar este esfuerzo inversor es seguir siendo socios de la sociedad cooperativa; así, los socios que han constituido el "Fondo de Reserva Obligatorio" son los que más se benefician de él.

El "Fondo de Reserva Obligatorio" tiene carácter mixto ya que se dota con fondos³³⁴:

1.- Generados en el interior de la empresa:

- a) El porcentaje, dependiente de la cifra de "Capital Social", sobre los excedentes ordinarios por operaciones con los socios.
- b) El cien por cien de los excedentes ordinarios por operaciones con terceros no socios.
- c) El cien por cien de los excedentes extraordinarios.
- d) El cincuenta por ciento de la "Regularización de Balances", cuando el "Fondo de Reserva Obligatorio" sea positivo.
- e) El saldo de la cuenta "Actualización de Aportaciones", cuando se den las dos circunstancias siguientes:
 - El saldo de la "Cuenta Especial de Amortización de Pérdidas" sea cero.
 - La liquidación de la sociedad cooperativa.

2.- Procedentes del exterior de la empresa:

- a) Las cuotas de ingreso establecidas para los socios por la asamblea general con carácter no reintegrable ni incorporables al "Capital social"³³⁵.

³³⁴ ESPAÑA: LEY 3/1987..., *opus cit.*, artículo 88.

³³⁵ *Ibid.*, artículo 81.1.

- b) Las deducciones sobre las aportaciones obligatorias en los supuestos de baja del socio.
- c) El haber líquido resultante, en caso de disolución de las sociedades cooperativas de segundo grado a la que pertenezca la sociedad, en proporción a la actividad que haya realizado con la misma³³⁶.

La función es la de financiar activos, como cualquier pasivo. En esa línea, cuando hay pérdidas y lucen como activo ficticio, el "Fondo de Reserva Obligatorio" puede compensarlas.

2.2.5.1.1.1.1. El carácter irrepartible del "Fondo de Reserva Obligatorio".

Con respecto al carácter irrepartible del "Fondo de Reserva Obligatorio", es preciso realizar algunas consideraciones³³⁷:

- 1.- El efecto contraproducente en la solvencia financiera, ya que al ser un fondo irrepartible y no remunerado puede provocar bajas de los socios que sienten que parte de su ganancia queda en la sociedad, con la consiguiente descapitalización de la empresa.
- 2.- La independencia del fondo con respecto a los socios, al constituir una reserva, similar a las de las sociedades capitalistas convencionales, pero que no se recupera como en éstas; habida cuenta de la imposibilidad de venta de las participaciones del "Capital Social" en la sociedad cooperativa.
- 3.- El efecto solidario del fondo con el movimiento cooperativo en general, en caso de liquidación, y con los socios herederos, en particular, en caso de supervivencia empresarial.

³³⁶ *Ibíd.*, artículo 148.5.

³³⁷ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *Estudio del régimen económico...*, *opus cit.*, pp. 193-194.

- 4.- La injusticia en cuanto a la participación de cada uno de los socios en el fondo, ya que quien más participa en la sociedad es el que más contribuye a su formación.

2.2.5.1.1.2. El "Fondo de Educación y Promoción".

El "Fondo de Educación y Promoción" también es una fuente de financiación mixta, en tanto que se dota con recursos que proceden del interior y del exterior de la empresa. Las dotaciones a este fondo pueden ser³³⁸:

- 1.- Con recursos procedentes del interior de la empresa: a través de un porcentaje sobre los excedentes ordinarios por operaciones con los socios, que depende de la relación entre el "Fondo de Reserva Obligatorio" y el "Capital Social".
- 2.- Con recursos procedentes del exterior de la empresa:
 - a) Las sanciones que, por vía disciplinaria, acuerde la asamblea general.
 - b) Las subvenciones, donaciones y cualquier clase de ayuda para el cumplimiento de los fines del fondo.

Su característica principal como elemento de la estructura financiera es su inembargabilidad, que no conlleva dotación de solvencia financiera de la entidad; siendo por otro lado, un fondo atípico y sin ninguna relación con las reservas que puedan dotarse en las sociedades capitalistas convencionales³³⁹.

Las funciones para las que se dota el "Fondo de Educación y Promoción" son las siguientes³⁴⁰:

- a) La formación y educación de los socios y de los asalariados, en cuanto a los principios cooperativos, cooperativismo, etcétera.
- b) La promoción de las relaciones intercooperativas.

³³⁸ ESPAÑA: LEY 3/1987..., *opus cit.*, artículo 89.3.

³³⁹ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *Estudio del régimen económico...*, *opus cit.*, p. 195.

³⁴⁰ ESPAÑA: LEY 3/1987..., *opus cit.*, artículo 89.1.

c) La promoción cultural y profesional del entorno.

Por tanto, se trata de un fondo al servicio del cumplimiento de dos de los principios cooperativos: el de educación y el de intercooperación.

Por su parte, la Ley sobre el Régimen Fiscal de Cooperativas establece ciertos requisitos tanto para la formación como para la aplicación del "Fondo de Educación y Promoción". Concretamente³⁴¹:

- Las dotaciones y las aplicaciones del fondo deben contabilizarse en cuentas separadas en las que quede presente que están afectas al mismo.
- La cuantía que no se gaste o no se invierta en el ejercicio económico ha de materializarse en su totalidad en cuentas de ahorro o en Deuda Pública, en el siguiente ejercicio.

2.2.5.1.2. La financiación propia interna.

En este subepígrafe se analizan tres fondos que no suelen tener un peso importante en la estructura financiera de las sociedades cooperativas; por tanto, sin gran incidencia en la distribución del excedente.

2.2.5.1.2.1. El "Fondo de Reserva Voluntario".

El "Fondo de Reserva Voluntario" es un pasivo constituido por los beneficios no distribuidos, y por tanto, es un recurso propio de la sociedad cooperativa.

Este fondo tiene carácter irrepartible, y debe ser creado por los estatutos sociales o por la asamblea general³⁴².

³⁴¹ ESPAÑA: LEY 20/1990..., *opus cit.*, artículo 19.

³⁴² ESPAÑA: LEY 3/1987..., *opus cit.*, artículo 84.b).

Como fondo de reserva, se le confiere la función de dotar solvencia a la sociedad cooperativa, y su dotación y aplicación es como sigue:

- 1.- Se dota por un porcentaje, fijado por la asamblea general, aplicado a los excedentes ordinarios por operaciones con los socios, una vez dotados los fondos obligatorios³⁴³.
- 2.- Se aplica a compensar las pérdidas que se generan como consecuencia de las actividades ordinarias realizadas con los socios³⁴⁴.

2.2.5.1.2.2. La "Regularización de Balances".

La regularización de balances tiene como finalidad corregir los efectos de la inflación sobre los elementos de activo fijo, "...en los mismos términos y con los mismos beneficios que se establezcan para las Sociedades de derecho común (*sic*), sin perjuicio de lo establecido en la presente Ley sobre el destino del resultado de la regularización del balance"³⁴⁵; repercutiendo sobre el incremento de la solvencia financiera de la sociedad cooperativa.

Por contra, tiene una implicación negativa, la fiscal; ya que las plusvalías que pudieran generarse quedan gravadas por el Impuesto sobre Sociedades. De ahí, que la mayoría de las empresas regularicen balances únicamente cuando se establecen disposiciones que exoneren, en todo o en parte, el mencionado gravamen³⁴⁶.

El destino de esta partida, depende del saldo que tenga la "Cuenta Especial para la Amortización de Pérdidas"³⁴⁷:

³⁴³ *Ibidem*.

³⁴⁴ *Ibid.*, artículo 87.1.

³⁴⁵ *Ibid.*, artículo 77.1.

³⁴⁶ En el momento de escribir estas líneas, septiembre de 1996, está en vigor la actualización de balances de las empresas con pago de un gravamen único del tres por ciento sobre las revalorizaciones de activos, regulada por:

ESPAÑA: REAL DECRETO-LEY 7/1996..., *opus cit.*, Título I, Capítulo II.

³⁴⁷ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *Estudio del régimen económico...*, *opus cit.*, p. 213.

- Si la "Cuenta Especial para la Amortización de Pérdidas" presenta saldo positivo, la totalidad del saldo de la "Regularización de Balances" se abona íntegramente al "Fondo de Reserva Obligatorio" hasta que tenga saldo suficiente para amortizar las pérdidas.
- Si la "Cuenta Especial para la Amortización de Pérdidas" presenta saldo cero, el saldo de la "Regularización de Balances" se destina en un cincuenta por ciento al "Fondo de Reserva Obligatorio", y el resto a la cuenta de "Actualización de Aportaciones".

2.2.5.1.2.3. La "Actualización de Aportaciones".

Se trata de una fuente de financiación propia, de carácter transitorio, cuya finalidad es incrementar las aportaciones de los socios y asociados al "Capital Social"; sin embargo, se puede convertir en un pasivo no exigible, al destinarse, en caso de liquidación de la sociedad cooperativa, al "Fondo de Reserva Obligatorio"³⁴⁸.

Una vez que se han regularizado los balances de las sociedades cooperativas, y que se cree la cuenta de "Actualización de Aportaciones" es posible actualizar las aportaciones de los socios y de los asociados al "Capital Social", respecto a los cinco ejercicios anteriores a la regularización, siempre que lo acuerde la asamblea general y en un porcentaje que no supere el Índice General de Precios al Consumo³⁴⁹.

La actualización de aportaciones supone una compensación de los efectos negativos que pudieran derivarse del principio cooperativo de participación económica de los socios, el interés limitado al capital. Tanto los socios como los asociados ven incrementado el valor nominal de sus aportaciones, lo que significa:

- Por una parte, que en caso de que el "Capital Social" no esté remunerado, puede incrementarse por lo que su devolución, en caso de baja es mayor a la cuantía aportada por los socios y los asociados.

³⁴⁸ ESPAÑA: LEY 3/1987..., *opus cit.*, artículo 77.4.

³⁴⁹ *Ibid.*, artículo 77.3.

- Por otra parte, en caso de que el "Capital Social" esté remunerado, dicha remuneración, aunque sea limitada, se aplica sobre una base mayor.

2.2.5.2. La financiación ajena.

2.2.5.2.1. La financiación ajena interna y externa.

2.2.5.2.1.1. El "Capital Social"³⁵⁰.

El "Capital Social" está compuesto por los préstamos que hacen los socios a la sociedad cooperativa, y cuya duración está vinculada a la condición de socio³⁵¹.

En su constitución, la sociedad cooperativa ha de fijar un capital social mínimo, totalmente desembolsado, por debajo del cual la sociedad cooperativa no puede funcionar³⁵². La legislación en materia de sociedades cooperativas, tanto la del Estado español como la de algunas Comunidades Autónomas, fija una cuantía mínima del "Capital Social" para algunos tipos de sociedades cooperativas, tal y como queda contenido en el siguiente cuadro.

³⁵⁰ *Ibid.*, artículos 72, 73, 74, 75 y 76.

³⁵¹ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *Estudio del régimen económico...*, *opus cit.*, p. 202.

³⁵² ESPAÑA: LEY 3/1987..., *opus cit.*, artículos 72.1.

Ámbito	Tipos de sociedades cooperativas		Cuantía del "Capital Social".
Comunidad Autónoma del País Vasco ³⁵³	Todas		Un millón de pesetas.
Comunidad Autónoma de Valencia ³⁵⁴	Todas		Quinientas mil pesetas.
Comunidad Foral de Navarra ³⁵⁵	Todas, excepto: educativas		Doscientas cincuenta mil pesetas. Cien mil pesetas.
Estado Español	Todas, excepto:		No hay límite mínimo ³⁵⁶ .
	Sociedades cooperativas de crédito ³⁵⁷		<ul style="list-style-type: none"> • Ciento cincuenta millones de pesetas, para las sociedades cooperativas de ámbito local que vayan a operar en municipios de menos de cien mil habitantes de derecho. • Quinientos millones de pesetas, para las sociedades de crédito, no incluidas en el apartado anterior, ni en el siguiente o de ámbito supralocal sin exceder de una Comunidad Autónoma. • Setecientos millones de pesetas, para las sociedades cooperativas de crédito, con sede o ámbito que incluya los municipios de Madrid o Barcelona o de ámbito supraautonómico, estatal o superior.
	Sociedades cooperativas de seguros ³⁵⁸	Prima fija	<ul style="list-style-type: none"> • Mil quinientos millones de pesetas para el ramo de vida, caución, crédito, reaseguro y todos aquellos en los que se cubra el riesgo de responsabilidad civil. • Trescientos cincuenta millones de pesetas para el ramo de accidentes, enfermedad, defensa jurídica, asistencia y decesos. • Quinientos millones de pesetas para la prestación de servicios y todos aquellos que cubran daños a las cosas.
		Prima variable	Cincuenta millones de pesetas.
	Sociedades cooperativas de transportistas ³⁵⁹		Diez millones de pesetas.

Cuadro 2.6.

La cuantía mínima del "Capital Social" exigida por la legislación en las sociedades cooperativas.

³⁵³ COMUNIDAD AUTÓNOMA DEL PAÍS VASCO: LEY 4/1993..., *opus cit.*, artículo 4.

³⁵⁴ COMUNIDAD AUTÓNOMA DE VALENCIA: LEY 11/1985..., *opus cit.*, artículo 51.2; modificada por COMUNIDAD AUTÓNOMA DE VALENCIA: LEY 3/1995..., *opus cit.*, artículo primero.

³⁵⁵ COMUNIDAD FORAL DE NAVARRA: LEY FORAL 12/1996..., *opus cit.*, artículo 7.

³⁵⁶ ESPAÑA: LEY 3/1987..., *opus cit.*, artículos 72.1.

³⁵⁷ ESPAÑA: REAL DECRETO 84/1993..., *opus cit.*, artículo 3.1.

³⁵⁸ ESPAÑA: LEY 30/1995..., *opus cit.*, artículo 13.

³⁵⁹ ESPAÑA: REAL DECRETO 1211/1990, de 28 de septiembre, por el que se aprueba el Reglamento de la Ley 16/1987, de 30 de julio, de Ordenación del Transporte Terrestre, **B.O.E.** del 8 de octubre, artículo 53.3.

El "Capital Social" tiene carácter mixto³⁶⁰ ya que se dota:

- 1.- Con recursos procedentes del interior de la empresa, a través de las actualizaciones de las aportaciones al "Capital Social", en caso de que se produzca una regularización de balances.
- 2.- Con recursos procedentes del exterior de la empresa:
 - a.- Las aportaciones obligatorias de los socios, entre las que hay que distinguir:
 - Las aportaciones obligatorias mínimas para adquirir la condición de socio.
 - Las nuevas aportaciones obligatorias de los socios, acordadas por la asamblea general con una mayoría de dos tercios de los votos sociales.
 - Las aportaciones obligatorias de los nuevos socios.
 - b.- Las aportaciones obligatorias mínimas de los asociados, para adquirir la condición de asociado.
 - c.- Las aportaciones voluntarias de los socios y los asociados.

Las características del "Capital Social" en las sociedades cooperativas son³⁶¹:

- 1.- La variabilidad del "Capital Social" está subordinada al concepto de sociedad cooperativa³⁶², debido a las repercusiones del principio cooperativo de puertas abiertas; al fluctuar en la medida que libremente entren y salgan los socios de la sociedad cooperativa.
- 2.- La exigibilidad del "Capital Social" por parte de los socios cuando causen baja en la sociedad cooperativa.

Las implicaciones negativas que pueden derivarse de la devolución de las aportaciones, la descapitalización de la sociedad cooperativa, pueden ser diluidas estableciendo medidas oportunas que permitan garantizar la estabilidad

³⁶⁰ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *Estudio del régimen económico...*, *opus cit.*, pp. 202-207.

³⁶¹ *Ibidem.*

³⁶² ESPAÑA: LEY 3/1987..., *opus cit.*, artículo 1.

financiera de la sociedad cooperativa; entre los mecanismos que se pueden adoptar caben destacar los siguientes:

- a.- El retraso en el reembolso de las aportaciones al "Capital Social" hasta un máximo de cinco años, o subordinar el reembolso a la entrada de un nuevo socio³⁶³.
- b.- La penalización de los reembolsos en el caso de pérdidas no compensadas o en función del tipo de baja. En este último caso, si la baja del socio es por expulsión se puede reducir el reembolso de las aportaciones obligatorias en un treinta por ciento como máximo; mientras que si la baja es no justificada se puede reducir un veinte por ciento como máximo³⁶⁴.
- c.- Un sistema de responsabilidad personal, como puede ser el que los socios que causen baja en la sociedad cooperativa responden de manera personal, por las obligaciones contraídas por la sociedad antes de su salida, hasta el importe reembolsado de sus aportaciones al capital social, y durante un período máximo de cinco años desde la pérdida de la condición de socio³⁶⁵.

3.- La limitación de la remuneración de las aportaciones al "Capital Social".

Las aportaciones al "Capital Social" se remuneran a un tanto fijo y limitado de acuerdo con el principio cooperativo de participación económica, interés limitado para las aportaciones de capital³⁶⁶.

4.- La formalización de las aportaciones al "Capital Social" en títulos nominativos o libretas de participación nominativas que en ningún caso tendrán la consideración de títulos valores; y por tanto su transmisibilidad se limita a dos modalidades³⁶⁷:

³⁶³ *Ibid.*, artículo 80.

³⁶⁴ *Ibidem.*

³⁶⁵ *Ibid.*, artículos 32.2 y 80.

³⁶⁶ A este respecto cabe señalar que en las Comunidades Autónomas de Andalucía y del País Vasco los acreedores externos que han sido antes socios, pueden recibir un interés superior, por sus aportaciones al "Capital Social", a la de los socios, siempre y cuando la inactividad estuviera provocada por la jubilación del socio y respetando el límite máximo de remuneración.

³⁶⁷ ESPAÑA: LEY 3/1987..., *opus cit.*, artículo 78.

- Mediante actos *inter vivos* entre los socios de la sociedad cooperativa. En el caso de baja obligatoria justificada la transmisión de las aportaciones se puede realizar al cónyuge, ascendiente y descendiente del socio, siendo necesario que éstos adquieran la condición de socio en el plazo de tres meses desde la fecha de baja.
- Mediante sucesión *mortis causa*, siempre y cuando los herederos sean socios, o en el caso de que no lo sean adquieran la condición en el plazo de seis meses.

2.2.5.2.1.1.1. Los requisitos y las limitaciones al "Capital Social".

Los requisitos y las limitaciones de las aportaciones al "Capital Social" están contenidas en el siguiente cuadro.

Requisitos y limitaciones del "Capital Social".	Aportaciones obligatorias al "Capital Social".	Aportaciones voluntarias al "Capital Social".
Modalidad de la aportación ³⁶⁸	En metálico y en especie.	En metálico ³⁶⁹ .
Forma del desembolso de la aportación.	Al menos, el veinticinco por ciento en el momento de la suscripción ³⁷⁰ .	Íntegro en el momento de la suscripción ³⁷¹ .
Cuantía de la aportación.	Igual para todos los socios ³⁷² .	No tiene porque ser igual para todos los socios.
Límite conjunto de las aportaciones por socio al "Capital Social". • Socios ³⁷³ . • Acreedores externos ³⁷⁴ .	Como máximo el veinticinco por ciento ³⁷⁵ . Como máximo en treinta y tres por ciento ³⁷⁶ .	

Cuadro 2.7.
Los requisitos y las limitaciones a las aportaciones al "Capital Social".

2.2.5.2.1.2. El "Fondo Regulado por la Asamblea General"³⁷⁷.

El "Fondo Regulado por la Asamblea General" es un recurso financiero que, como el capital social, ha de ser catalogado como un recurso mixto³⁷⁸, en tanto que se dota con beneficios no distribuidos, pero es una deuda que la sociedad cooperativa tiene con los socios que han contribuido a la dotación del fondo.

³⁶⁸ *Ibíd.*, artículo 72.3.

³⁶⁹ GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ, C.: *Estudio del régimen económico...*, *opus cit.*, p. 202.

³⁷⁰ ESPAÑA: LEY 3/1987..., *opus cit.*, artículo 75.2.

³⁷¹ *Ibíd.*, artículo 73.2.

³⁷² *Ibíd.*, artículo 73.1.

Este requisito de igualdad en las aportaciones obligatorias al "Capital Social" no tiene fundamento en ningún principio cooperativo, y además resulta innecesario dado que el poder de decisión es independiente de la aportación al "Capital Social"; aunque puede encontrar una justificación en el intento de procurar el sentido democrático en el proceso de toma de decisiones.

³⁷³ En el caso de la Comunidad Autónoma del País Vasco, el límite conjunto de las aportaciones por socio al "Capital Social" es del treinta y tres por ciento; siendo el cuarenta y cinco por ciento en la Comunidad Autónoma de Valencia.

³⁷⁴ El límite conjunto de las aportaciones para los acreedores externos que anteriormente no han sido socios de la sociedad cooperativa es el treinta por ciento en la Comunidad Autónoma de Andalucía; del treinta y tres por ciento en la Comunidad Autónoma de Cataluña; y del veinte por ciento en la Comunidad Autónoma de Valencia.

³⁷⁵ ESPAÑA: LEY 3/1987..., *opus cit.*, artículo 72.4.

³⁷⁶ *Ibíd.*, artículo 40.3.

³⁷⁷ *Ibíd.*, artículo 85.2.c).

³⁷⁸ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *Estudio del régimen económico...*, *opus cit.*, p. 208.

En efecto, una de las modalidades de repartir entre los socios el retorno cooperativo, es incorporarlo al mencionado fondo. Sin embargo, estos beneficios no distribuidos son exigibles por los socios, ya que han de ser devueltos en el plazo máximo de cinco años; y si lo acuerda la asamblea general, se pueden compensar las pérdidas que le hayan sido imputadas al socio o para satisfacer nuevas aportaciones obligatorias al "Capital Social".

La remuneración de este fondo la fija la asamblea general, de acuerdo con el principio cooperativo de participación económica, interés limitado para las aportaciones de capital, no pudiendo exceder en más de seis puntos por encima del interés legal del dinero³⁷⁹.

2.2.5.2.2. La financiación ajena externa.

2.2.5.2.2.1. Los "Préstamos Voluntarios de los Socios"³⁸⁰.

La asamblea general puede acordar que los socios, voluntariamente, realicen aportaciones financieras que no integren el "Capital Social"; así, los "Préstamos Voluntarios de los Socios" son recursos financieros externos bajo cualquier modalidad jurídica y con el plazo y las condiciones que se fijen en el acuerdo.

La importancia de esta fuente de financiación radica en que se constituye como inversión adicional y complementaria de los socios a la que supone las aportaciones al "Capital Social", pero sin sus restricciones. Es decir, la remuneración de estos préstamos es decidida por los socios, consiguiendo una contraprestación financiera competitiva con la que pudiera obtener en el mercado financiero; siendo un complemento a la rentabilidad financiera de los socios, debido a que la remuneración de las aportaciones al "Capital Social" están limitadas por principio cooperativo.

³⁷⁹ ESPAÑA: REAL DECRETO 84/1993..., *opus cit.*, artículo 12.2, 2º párrafo.

³⁸⁰ Con base en:

ESPAÑA: LEY 3/1987..., *opus cit.*, artículo 81.3.

C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *Precisiones...*, *opus cit.*, p. 163.

C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *Estudio del régimen económico...*, *opus cit.*, pp. 209-210.

Un volumen elevado de esta partida indica un buen nivel de solvencia y denota la involucración de los socios en la sociedad cooperativa, con dos efectos:

- Una buena imagen y credibilidad de la sociedad cooperativa ante terceros.
- La eliminación de la dependencia de otras formas de financiación que dependen de la permanencia de los socios en la sociedad cooperativa.

De todos modos, se requiere algún tipo de condicionamiento para evitar que unos socios se aprovechen de otros, en tanto que capitalista. Así, se pueden establecer algunas condiciones para los "Préstamos Voluntarios de los Socios", como:

- 1.- El préstamo se amortiza al vencimiento previamente determinado; y no con la baja del socio de la sociedad cooperativa, evitando el peligro de la descapitalización.
- 2.- La pérdida sustancial de rentabilidad financiera si se pierde la condición de socio, debido a que estos préstamos no pueden suplantar la participación de los socios en el proceso de producción y distribución de los productos de la sociedad cooperativa.

2.2.5.2.2.2. Los "Empréstitos de Obligaciones".

"Las Cooperativas, previo acuerdo de la Asamblea General, podrán emitir obligaciones, cuyo régimen de emisión se ajustará a lo dispuesto en la legislación vigente..."³⁸¹.

La emisión de obligaciones es una fuente de financiación ajena, generalmente a largo plazo, con las siguientes características:

- No hay limitaciones para suscribir obligaciones por parte de los socios, siendo por tanto, una financiación voluntaria de éstos.
- No hay posibilidad de convertibilidad de las obligaciones en acciones.

³⁸¹ ESPAÑA: LEY 3/1987..., *opus cit.*, artículo 81.4.

- Es necesario inscribir la emisión de obligaciones en el Registro de Cooperativas del Instituto Nacional de Fomento de la Economía Social del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.

2.2.5.2.2.3. Los "Socios Proveedores de Materiales".

Los "Socios Proveedores de Materiales" no son contemplados específicamente en la Ley General de Cooperativas aunque pudieran considerarse, globalmente, como el conjunto de prestaciones y financiaciones que no integran el "Capital Social" y están sujetos a las condiciones fijadas y contratadas por la sociedad cooperativa³⁸²; si bien se trata de cuentas específicas de pasivo exigible a corto plazo.

Esta partida se corresponde con los importes no satisfechos por la sociedad cooperativa a los socios proveedores de bienes y servicios por sus entregas.

2.2.5.2.2.4. Los "Anticipos de Socios Clientes".

Los "Anticipos de Socios Clientes" constituyen una cuenta de pasivo exigible a corto plazo que se corresponde con los pagos que, de forma anticipada al consumo de bienes y servicios, realizan los socios consumidores de la sociedad cooperativa a cuenta de la obtención de los servicios cooperativizados; es decir, manifiesta la situación de endeudamiento de la sociedad con los socios como consumidores de bienes y servicios.

2.2.5.2.2.5. Otras formas de financiación externa.

Las sociedades cooperativas tienen limitaciones para encontrar fuentes de financiación a largo plazo que se deben a que los socios prefieren ver remunerada su participación en los flujos reales de producción y distribución de bienes y servicios, mas que su

³⁸² *Ibíd.*, artículo 81.2.

participación financiera; y no deben buscarse en la limitación a las remuneraciones al "Capital Social" por principio cooperativo de participación económica, interés limitado al capital, ya que los socios pueden invertir en otras partidas que no integran este tipo de financiación, como los "Préstamos Voluntarios de los Socios"³⁸³.

Para solventar el problema de la financiación de la sociedad cooperativa a largo plazo se han diseñado algunos instrumentos financieros, tales como³⁸⁴:

- Los títulos participativos.

³⁸³ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *Precisiones...*, *opus cit.*, pp. 162-163.

C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *La economía social...*, *opus cit.*, p. 211.

³⁸⁴ A este respecto puede verse:

- M. BENON: *Les Titres Participatifs*, en VARIOS: *Les Outils de Renforcement des Fonds Propes de Cooperatives*, **Cuadernos de Trabajo**, N. 8, CIRIEC-España, Valencia, 1990, pp. 7-8.
- A. BERGES: *Préstamos participativos*, **Cuadernos IMPI**, Abril, 1984, pp. 24-29.
- P. BORJABAD: *Instrumentos de financiación de las sociedades cooperativas: posibilidades y características de la actual legislación*, **CIRIEC-España**, N. 13, mayo, 1993, pp. 79-100.
- COMMISSION DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES: *Instrumentes Financiers Specifiques pour les Entreprises d'Economie Sociales. Titres Subordonnés et Fonds Européen*, **Rapport Final**, Office des Publications Officielles des Communautés Européennes, Bruxelles, 1993.
- COMMISSION EUROPÉENNE: *Economie Sociale: un Mecanisme Européen de Financement*, **Euro-Info**, N. 65, December, 1993, pp. 5-6.
- F. DELORS; A. DEVAILLY; P. BEAU: *Special Europe*, **Espace Social Europeen**, N. 228, 17 December, 1993, pp. 12-24.
- J.P. FELDBUSCH: *Le Problème de l'Autofinancement et de l'Accès au Marché des Capitaux*, **Boletín de Estudios y Documentación (Cooperativismo y Economía Social)**, Dirección General de Cooperativas y Sociedades Laborales, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, 4º trimestre, 1990, pp. 111-131.
- M. FOIN: *Les Titres Subordonnés Remboursables*, en VARIOS: *Les Outils de Renforcement des Fonds Propes de Cooperatives*, **Cuadernos de Trabajo**, N. 8, CIRIEC-España, Valencia, 1990, p. 10.
- P. GREGOIRE: *L'Epargne de Proximité, Moyen de Financement de l'Economie Sociale?*, **Reflets et Perspectives de la Vie Economique**, T. 32, N. 5, November, 1993, pp. 343-355.
- M. HOCHER: *Les Certificats Cooperatifs d'Investissement*, en VARIOS: *Les Outils de Renforcement des Fonds Propes de Cooperatives*, **Cuadernos de Trabajo**, N. 8, CIRIEC-España, Valencia, 1990, p. 9.
- R. MAUGET: *Sur Quelques Aspects du Financement de l'Economie Sociale: les Moyens de Financement des Groupes Coopératifs Agro-alimentaires et leurs Conséquences*, **Boletín de Estudios y Documentación, Cooperativismo y Economía Social**, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, Secretaría General de Empleo y Relaciones Laborales, Dirección General de Cooperativas y Sociedades Laborales, tercer y cuarto Trimestre 1991, pp. 63-83.
- P. MEVELLEC: *Nouveaux Outils Financiers ou Nouvelles Organizations?*, en VARIOS: *Les Outils de Renforcement des Fonds Propes de Cooperatives*, **Cuadernos de Trabajo**, N. 8, CIRIEC-España, Valencia, 1990, pp. 36-39.
- M. MORIN: *Les Parts Sociales B*, en VARIOS: *Les Outils de Renforcement des Fonds Propes de Cooperatives*, **Cuadernos de Trabajo**, N. 8, CIRIEC-España, Valencia, 1990, p. 11.
- B. PIOT: *Les Certificats Coopératifs d'Investissements*, **Boletín de Estudios y Documentación (Cooperativismo y Economía Social)**, Dirección General de Cooperativas y Sociedades Laborales, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, marzo-abril, 1988, pp. 12-21.

- Los títulos subordinados reembolsables.
- Los certificados cooperativos de inversión.
- Las partes sociales B.
- Los créditos participativos.

Estos instrumentos de financiación son *contra natura* para las sociedades cooperativas, por dos razones³⁸⁵:

- 1.- Una parte o la totalidad de la remuneración de estos instrumentos depende de los beneficios de la sociedad cooperativa, de manera que los inversores se lucran de los socios que son los que participan en los flujos reales de la sociedad cooperativa.
- 2.- La posesión de estos instrumentos da derecho a participar en el proceso democrático de toma de decisiones; desvirtuando la democracia en la sociedad cooperativa.

2.2.6. Una referencia a la sociedad cooperativa europea.

2.2.6.1. La distribución del resultado.

La distribución del excedente positivo de la sociedad cooperativa europea ha de ser regulado por los estatutos sociales, aunque siguiendo las siguientes restricciones:

- 1.- La dotación a la "Reserva Legal" como mínimo el quince por ciento de los excedentes, hasta que ésta alcance la cifra del "Capital Social"³⁸⁶.
- 2.- Una vez dotada la "Reserva Legal", la asamblea general ha de decidir el destino del excedente distribuible, según la proporción que fijen los estatutos sociales, para³⁸⁷:

³⁸⁵ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *Análisis de la rentabilidad financiera y económica...*, *opus cit.*

³⁸⁶ COMUNIDADES EUROPEAS: Propuesta Modificada de la Comisión, de 6 de julio de 1993, del Reglamento (CEE) del Consejo..., *opus cit.*, artículo 53.

³⁸⁷ *Ibid.*, artículo 54.

- Remunerar a los socios, en proporción a las operaciones realizadas con la sociedad o a los servicios prestados a ésta, siempre con arreglo a la legislación aplicable a la sociedad cooperativa del Estado del domicilio de la sociedad cooperativa europea³⁸⁸.
- Constituir un nuevo remanente.
- Dotar reservas ordinarias y extraordinarias.
- Remunerar el capital desembolsado y los fondos propios y asimilados.

2.2.6.2. La estructura financiera.

En cuanto a la estructura financiera de la sociedad cooperativa europea, se regulan las siguientes partidas:

a.- El "Capital Social". Se establece un "Capital Social" mínimo de cien mil *ecus*³⁸⁹ o el equivalente en moneda nacional en el caso de estar constituida la sociedad cooperativa europea por personas jurídicas; y de cincuenta mil *ecus* o equivalente en moneda nacional en el caso de estar constituida por personas físicas³⁹⁰.

El "Capital Social" ha de estar representado por participaciones, pudiéndose emitir distintas clases de participaciones con distintos derechos, siempre que este previsto en los estatutos sociales. El valor nominal de cada clase de participación ha de ser idéntico³⁹¹.

b.- La "Reserva Legal", de carácter irrepartible³⁹².

³⁸⁸ *Ibid.*, artículo 52.

³⁸⁹ Antigua denominación de la moneda europea, que a partir del Consejo Europeo celebrado en Madrid, los días 15 y 16 de diciembre de 1995 se denomina *euro*.

³⁹⁰ COMUNIDADES EUROPEAS: Propuesta Modificada de la Comisión, de 6 de julio de 1993, del Reglamento (CEE) del Consejo..., *opus cit.*, artículo 14.

³⁹¹ *Ibid.*, artículo 15.

³⁹² *Ibid.*, artículo 53.3.

c.- Otras fuentes de financiación ajena. La sociedad puede tener acceso a todos los medios de financiación en las mismas condiciones aplicables a las sociedades cooperativas del Estado donde tenga el domicilio la sociedad cooperativa europea³⁹³.

2.2.7. La participación de los socios en los flujos financieros.

2.2.7.1. Las prestaciones por la participación del socio de la sociedad cooperativa en los flujos financieros.

La participación del socio en los flujos financieros se materializa con la aportación de recursos a las distintas partidas de la estructura financiera, que se han analizado más arriba.

2.2.7.2. Las contraprestaciones del socio de la sociedad cooperativa por su participación en los flujos financieros³⁹⁴.

Las contraprestación por la participación del socio en los flujos financieros ha de ser medida en términos de rentabilidad relativa, así, la rentabilidad financiera del socio viene determinada por:

³⁹³ *Ibíd.*, artículo 51.

³⁹⁴ Se sigue a:

C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *Análisis de la rentabilidad financiera y económica...*, *opus cit.*.

$$\begin{aligned}
rf_k^t = & i_{CS}^t \frac{CS_{i=SC}^{t-1}}{CS_{i=SC}^{t-1} + PVS_{i=SC}^{t-1} + FAG_{i=SC}^{t-1} + FRO_{i=SC}^{t-1}} + \\
& + i_{PVS}^t \frac{PVS_{i=SC}^{t-1}}{CS_{i=SC}^{t-1} + PVS_{i=SC}^{t-1} + FAG_{i=SC}^{t-1} + FRO_{i=SC}^{t-1}} + \\
& + i_{FAG}^t \frac{FAG_{i=SC}^{t-1}}{CS_{i=SC}^{t-1} + PVS_{i=SC}^{t-1} + FAG_{i=SC}^{t-1} + FRO_{i=SC}^{t-1}} - \\
& - i_{FRO}^t \frac{FRO_{i=SC}^{t-1}}{CS_{i=SC}^{t-1} + PVS_{i=SC}^{t-1} + FAG_{i=SC}^{t-1} + FRO_{i=SC}^{t-1}}
\end{aligned}$$

Donde (ordenados alfabéticamente):

$CS_{i=SC}^{t-1}$: "Capital Social" de la sociedad cooperativa que ocupa el escalón i-ésimo del canal de distribución al final del período t-1ésimo.

$FAG_{i=SC}^{t-1}$: "Fondo Regulado por la Asamblea General" de la sociedad cooperativa que ocupa el escalón i-ésimo del canal de distribución al final del período t-1ésimo.

$FRO_{i=SC}^{t-1}$: "Fondo de Reserva Obligatorio" de la sociedad cooperativa que ocupa el escalón i-ésimo del canal de distribución al final del período t-1ésimo.

i_{CS}^t : tipo de interés vigente en el período t-ésimo para las aportaciones al "Capital Social" de la sociedad cooperativa que ocupa el escalón i-ésimo del canal de distribución, limitado por principio cooperativo.

i_{FAG}^t : tipo de interés vigente en el período t-ésimo para las aportaciones de los socios al "Fondo Regulado por la Asamblea General" de la sociedad cooperativa que ocupa el escalón i-ésimo del canal de distribución, limitado por principio cooperativo.

i_{FRO}^t : tasa de rentabilidad que podría llegar a conseguir los socios si en vez de realizar aportaciones al "Fondo de Reserva Obligatorio" de la sociedad cooperativa que ocupa el escalón i -ésimo del canal de distribución, lo invirtieran en el mercado financiero.

i_{PVS}^t : tipo de interés vigente en el período t -ésimo para las aportaciones voluntarias de los socios a los "Préstamos Voluntarios de los Socios" de la sociedad cooperativa que ocupa el escalón i -ésimo del canal de distribución.

$k : 1, 2, \dots, I$, donde " I " es el número de socios de la sociedad cooperativa que ocupa el escalón i -ésimo del canal de distribución.

$PVS_{i=SC}^{t-1}$: "Préstamos Voluntarios de los Socios" de la sociedad cooperativa que ocupa el escalón i -ésimo del canal de distribución al final del período $t-1$ ésimo.

rf_k^t : rentabilidad financiera del socio k -ésimo de la sociedad cooperativa que ocupa el escalón i -ésimo del canal de distribución en el período t -ésimo, expresada en términos relativos.

Por tanto, la rentabilidad financiera del socio depende del tipo de interés vigente en el período t -ésimo para los "Préstamos Voluntarios de los Socios"; y al ser el resto parámetros, el socio ha de intentar que este tipo de interés sea tan alto como sea posible, para que la remuneración por la participación del socio en la estructura financiera de la sociedad sea competitiva con respecto al mercado financiero, compensando:

- La limitación por principio cooperativo de la remuneración a las aportaciones al "Capital Social" y al "Fondo Regulado por la Asamblea General".
- La remuneración negativa del "Fondo de Reserva Obligatorio".

Teniendo en cuenta que:

- 1.- Se parte que la rentabilidad económica de la sociedad cooperativa en el período t-ésimo ha de ser mayor o igual que el coste medio ponderado de las deudas en el período t-ésimo³⁹⁵, para que haya apalancamiento financiero; es decir:

$$re_{i=SC}^t \geq k_{i=SC}^t$$

Donde:

$re_{i=SC}^t$: rentabilidad económica o de los activos de la sociedad cooperativa que ocupa el escalón i-ésimo del canal de distribución en el período t-ésimo, en términos relativos.

$k_{i=SC}^t$: coste medio ponderado de las deudas de la sociedad cooperativa que ocupa el escalón i-ésimo del canal de distribución en el período t-ésimo.

Tal que:

$$\begin{aligned}
 k_{i=SC}^t = & i_{CS}^t \frac{CS_{i=SC}^{t-1}}{CS_{i=SC}^{t-1} + PVS_{i=SC}^{t-1} + OD_{i=SC}^{t-1} + FAG_{i=SC}^{t-1}} + \\
 & + i_{PVS}^t \frac{PVS_{i=SC}^{t-1}}{CS_{i=SC}^{t-1} + PVS_{i=SC}^{t-1} + OD_{i=SC}^{t-1} + FAG_{i=SC}^{t-1}} + \\
 & + i_{OD}^t \frac{OD_{i=SC}^{t-1}}{CS_{i=SC}^{t-1} + PVS_{i=SC}^{t-1} + OD_{i=SC}^{t-1} + FAG_{i=SC}^{t-1}} + \\
 & + i_{FAG}^t \frac{FAG_{i=SC}^{t-1}}{CS_{i=SC}^{t-1} + PVS_{i=SC}^{t-1} + OD_{i=SC}^{t-1} + FAG_{i=SC}^{t-1}}
 \end{aligned}$$

³⁹⁵ Para un estudio en profundidad del coste de las deudas de la sociedad cooperativa ver:

C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *El coste de capital de la sociedad cooperativa*, CIRIEC-España, N. 14, septiembre, 1993, pp. 171-196.

Donde todos los símbolos son conocidos, a excepción de:

i_{OD}^t : tipo medio de interés vigente en el período t-ésimo para otras deudas de la sociedad cooperativa que ocupa el escalón i-ésimo del canal de distribución entre las que se incluyen las deudas con terceros no socios y la emisión de obligaciones.

$OD_{i=SC}^{t-1}$: otras deudas de la sociedad cooperativa que ocupa el escalón i-ésimo del canal de distribución entre las que se incluyen las deudas con terceros no socios y la emisión de obligaciones al final de período t-1ésimo.

- 2.- Se pretende hacer máxima la riqueza del socio, haciendo mínima la carga impositiva por el Impuesto de Sociedades y las contribuciones del socio a los recursos del pasivo no distribuibles y no remunerables, es decir:

$$EOSDI_{i=SC}^t = EOSAI_{i=SC}^t - I_{i=SC}^t = 0$$

Donde:

$EOSAI_{i=SC}^t$: excedente ordinario de la sociedad cooperativa que ocupa el escalón i-ésimo del canal de distribución por operaciones con los socios antes de intereses, en el período t-ésimo.

$EOSDI_{i=SC}^t$: excedente ordinario de la sociedad cooperativa que ocupa el escalón i-ésimo del canal de distribución por operaciones con los socios después de intereses, en el período t-ésimo.

$I_{i=SC}^t$: intereses de las deudas de la sociedad cooperativa que ocupa el escalón i-ésimo del canal de distribución, tanto con los socios como con los acreedores externos, en el período t-ésimo.

2.3. Los flujos reales en la sociedad cooperativa como empresa de distribución de productos.

En este epígrafe, se procede al estudio de los flujos reales de producción y distribución de productos en la sociedad cooperativa. Concretamente, se analiza la participación de las sociedades cooperativas en la defensa de los derechos del consumidor, y la formación del precio de los productos que la sociedad cooperativa transforma y/o distribuye como intermediario en el canal de distribución; ambos asuntos para averiguar la función de la sociedad cooperativa en términos comparativos respecto de la empresa capitalista convencional.

2.3.1. El concepto de flujos reales en la sociedad cooperativa.

La participación de los socios en los flujos reales de producción y/o distribución, ambos de bienes y servicios, es la razón por la cual adquieren esa condición y la que justifica su participación en los otros dos tipos de flujos que forman y diferencian a la sociedad cooperativa de otro tipo de empresa capitalista convencional: la participación democrática en los flujos informativo-decisionales y la participación en los flujos financieros³⁹⁶.

2.3.2. Los canales de distribución de los productos.

2.3.2.1. El concepto de canal de distribución.

El canal de distribución es el "conjunto de elementos que constituyen el camino comercial de un producto o servicio hasta el consumidor final atendiendo a la naturaleza de cada uno de ellos y a la naturaleza de las relaciones que los ligan"³⁹⁷.

³⁹⁶ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *El problema...*, *opus cit.*.

³⁹⁷ M. MARTÍNEZ TERCERO: *Canales y redes de distribución comercial*, Paraninfo, Madrid, 1976, p. 15.

2.3.2.2. Los elementos del canal de distribución: los intermediarios.

2.3.2.2.1. El concepto de intermediario.

El intermediario es una "empresa cuya especialidad es realizar operaciones o prestar servicios relacionados directamente con la compra o venta de mercancías en su movimiento del productor al consumidor"³⁹⁸.

2.3.2.2.2. Las funciones de los intermediarios.

Los intermediarios, como componentes de los canales de distribución, incorporan valor añadido a los productos que comercializan mediante la realización de las siguientes funciones³⁹⁹:

- De transporte, derivada de la separación física entre las unidades de producción y las unidades de consumo.
- De transformación y/o fraccionamiento, que ajusta la cantidad de productos a las necesidades de los consumidores finales.
- De almacenamiento, que adecua de manera temporal la producción al consumo, debido a que el consumo es un proceso continuo, mientras que el proceso productivo es discreto.
- De financiación y/o asunción de riesgos de los productos en todo el proceso de distribución.

³⁹⁸ P. KOTLER: **Dirección de mercadotecnia. Análisis, planeación (sic) y control**, Diana, México, 1974, p. 681.

³⁹⁹ Con base en:

J.J. LAMBIN: **Marketing estratégico**, McGraw-Hill Interamericana, Madrid, 1995, pp. 414-415.

E.C. DÍEZ DE CASTRO; J.C. FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ: **Distribución comercial**, McGraw-Hill Interamericana, Madrid, 1993, pp. 5-8.

- De servicios realizados a otros intermediarios y/o a los consumidores finales, tales como: la creación y el mantenimiento de la estructura comercial, la promoción, la entrega, la instalación, la reparación y el mantenimiento de los productos.
- De información entre los consumidores y los productores, que pretende mejorar el conocimiento de las necesidades de los consumidores, intentando ajustar la producción a dichas necesidades.

2.3.2.2.3. Tipología de los intermediarios.

El análisis de los distintos tipos de intermediarios se realiza con base en la posición que ocupan y la función que desarrollan en el canal de distribución⁴⁰⁰.

2.3.2.2.3.1. Los mayoristas⁴⁰¹.

Los mayoristas son los que compran los productos a los fabricantes y/o a otros mayoristas, y que venden a los minoristas o a otros intermediarios⁴⁰².

2.3.2.2.3.2. Los minoristas⁴⁰³.

⁴⁰⁰ E.C. DÍEZ DE CASTRO; J.C. FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ: **Distribución...**, *opus cit.*, p. 80.

E. MARTÍN ARMARIO: **Marketing**, Ariel, Barcelona, 1993, p. 422.

⁴⁰¹ El análisis de la dimensión horizontal de los canales de distribución, es decir, la tipología de los intermediarios de cada nivel del canal de distribución, supera con mucho los objetivos de este trabajo. Para un estudio específico sobre los tipos de mayoristas, puede verse entre otros:

J. BRIZ: *Autoservicio mayorista y centrales de distribución*, en CASARES, J. (Comp.); BRIZ, J.; REBOLLO, A.; MUÑOZ, P.: **La economía de la distribución comercial**, Ariel, Barcelona, 1987, pp. 224-227.

P. CALDENTEY: **Comercialización de productos agrarios**, Editorial Agrícola Española, Madrid, 1992, pp. 23-28.

E.C. DÍEZ DE CASTRO; J.C. FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ: **Distribución...**, *opus cit.*, pp. 127-132.

S. MIQUEL PERIS; F. PARRA GUERRERO; L. L'HERMIE; M.J. MIQUEL ROMERO: **Distribución comercial**, ESIC, Madrid, 1996.

L.W. STERN; A.I. EL-ANSARY; J.R. BROWN: **Management in Marketing Channels**, Prentice-Hall International, New Jersey, 1989, pp. 99-108.

⁴⁰² A. WEST: **Managing Distribution and Change. The Total Distribution Concept**, John Wiley & Sons, England, 1989, p. 31.

⁴⁰³ Para un estudio específico sobre los distintos tipos de minoristas, puede verse entre otros:

J. CASARES RIPOL: *El régimen de autoservicio (autoservicio, superservicio y supermercado). Los establecimientos de descuento*, en CASARES, J. (Comp.); BRIZ, J.; REBOLLO, A.; MUÑOZ, P.: **La economía de la distribución comercial**, Ariel, Barcelona, 1987, pp. 201-207.

E.C. DÍEZ DE CASTRO; J.C. FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ: **Distribución...**, *opus cit.*, pp. 87-125.

Los minoristas son los que realizan actividades para la venta de bienes y servicios a los consumidores finales.

2.3.2.2.3.3. Otros intermediarios.

2.3.2.2.3.3.1. El agente⁴⁰⁴.

El agente es aquel "profesional libre que, sin dependencia laboral alguna, se dedica a la representación de firmas comerciales e industriales, para la gestión de ventas de mercancías o servicios y difundir o divulgar las marcas o productos entre los comerciantes, industriales o usuarios, ejerciendo también otras funciones complementarias encomendadas por la firma representada"⁴⁰⁵.

2.3.2.2.3.3.2. El comisionista.

El comisionista es "aquella persona que realiza actividades encaminadas a concertar operaciones de compra-venta por cuenta de otras. El comisionista actúa con iniciativa e independencia propia, dentro del marco de las instrucciones recibidas del Comitente, pudiendo realizar operaciones en firme y de las cuales es responsable..."⁴⁰⁶.

S. MIQUEL PERIS; F. PARRA GUERRERO; L. L'HERMIE; M.J. MIQUEL ROMERO:
Distribución comercial, *opus cit.*

A. REBOLLO ARÉVALO: *Grandes almacenes y almacenes populares*, en CASARES, J. (Comp.); BRIZ, J.; REBOLLO, A.; MUÑOZ, P.: **La economía de la distribución comercial**, Ariel, Barcelona, 1987, pp. 216-223.

L.W. STERN; A.I. EL-ANSARY; J.R. BROWN: **Management in...**, *opus cit.*, pp. 64-68.

⁴⁰⁴ Para un análisis en profundidad ver:

J.A. VARELA GONZÁLEZ: **Los agentes de ventas**, Ariel, Barcelona, 1991.

⁴⁰⁵ INSTITUTO DE REFORMA DE LAS ESTRUCTURAS COMERCIALES: **Valdemécun (sic) de la distribución comercial**, Instituto de Reforma de las Estructuras Comerciales, Ministerio de Economía y Comercio, Madrid, 1982, p. 22.

⁴⁰⁶ *Ibid.*, p. 51.

2.3.2.2.3.3.3. El corredor.

El corredor "es un intermediario ocasional, cuya misión consiste en reunir a compradores y vendedores"⁴⁰⁷.

2.3.2.3. Tipología de los canales de distribución de los productos.

En lo que sigue, se van a analizar los diferentes canales de distribución de los productos, con base en:

- La estructura vertical convencional de los canales⁴⁰⁸; es decir, el número de intermediarios que intervienen desde el productor al consumidor final; donde cada intermediario se comporta de manera independiente en cada escalón⁴⁰⁹.
- El carácter tangible de los productos, distinguiendo entre bienes y servicios.

2.3.2.3.1. Los canales de distribución de los bienes⁴¹⁰.

La estructura vertical de los canales de distribución de los bienes está condicionada por:

- Las características de los mercados a los que van dirigidos los bienes.
- Las características de los bienes según la naturaleza perecedera o no de los mismos.

⁴⁰⁷ E.C. DÍEZ DE CASTRO; J.C. FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ: **Distribución...**, *opus cit.*, p. 84.

⁴⁰⁸ El estudio de las estructuras coordinadas de los canales de distribución se realiza en el epígrafe 3.4.2.1. Los sistemas integrados de distribución a través de sociedades cooperativas, pp. 215-223.

⁴⁰⁹ L.W. STERN; A.I. EL-ANSARY; J.R. BROWN: **Management in...**, *opus cit.*, p. 272.

⁴¹⁰ Este epígrafe se ha realizado con base en:

J.J. LAMBIN: **Marketing...**, *opus cit.*, pp. 423-426.

E. MARTÍN ARMARIO: **Marketing**, *opus cit.*, pp. 400-402.

M. SANTESMASES MESTRE: **Marketing. Conceptos y estrategias**, Pirámide, Madrid, 1991, pp. 702-704.

W.J. STANTON; M.J. ETZEL; B.J. WALTER: **Fundamentos de marketing**, McGraw-Hill Interamericana, México, 1992, pp. 530-552.

L.W. STERN; A.I. EL-ANSARY; J.R. BROWN: **Management in...**, *opus cit.*, pp. 236-264.

A. WEST: **Managing Distribution...**, *opus cit.*, pp. 34-39.

Ambos aspectos están contenidos en el siguiente cuadro.

	Bienes			
	Consumo		Industriales	
	Perecederos	Duraderos	Perecederos	Duraderos
Las características de los mercados				
• La concentración de los compradores	Baja/media	Baja/media	Alta	Alta
• El número potencial de compradores	Alto	Alto	Bajo	Bajo
• La estacionalidad de la demanda	Si	No	Si	No
• El proceso de decisión de compra	Rutinario	Planificado	Planificado	Planificado
• La fluctuación de la demanda	Baja	Media	Alta	Alta
• El tipo de demanda	Final	Final	Derivada	Derivada
Las características de los bienes	Perecederos	Duraderos	Perecederos	Duraderos
• El valor unitario	Bajo	Medio/alto	Medio	Alto
• La rotación de venta	Alta	Media	Baja	Baja
• La complejidad técnica	Nula	Media/alta	Nula	Alta
• La elasticidad con respecto al precio	Alta	Media	Media/baja	Baja
• El margen de beneficio por unidad	Bajo	Medio/alto	Medio/alto	Alto
• Los servicios posventa	No	Si	No	Si

Cuadro 2.8.

Las características de los bienes.

Fuente: Elaboración propia con base en la bibliografía del epígrafe.

Con base en las características de los mercados y de los bienes; así como en los tipos de intermediarios, la estructura vertical de los canales de distribución se encuentra contemplada en las siguientes figuras⁴¹¹.

⁴¹¹ El término agente incluye a los distintos tipos de intermediarios que no asumen la propiedad de los bienes que distribuyen.

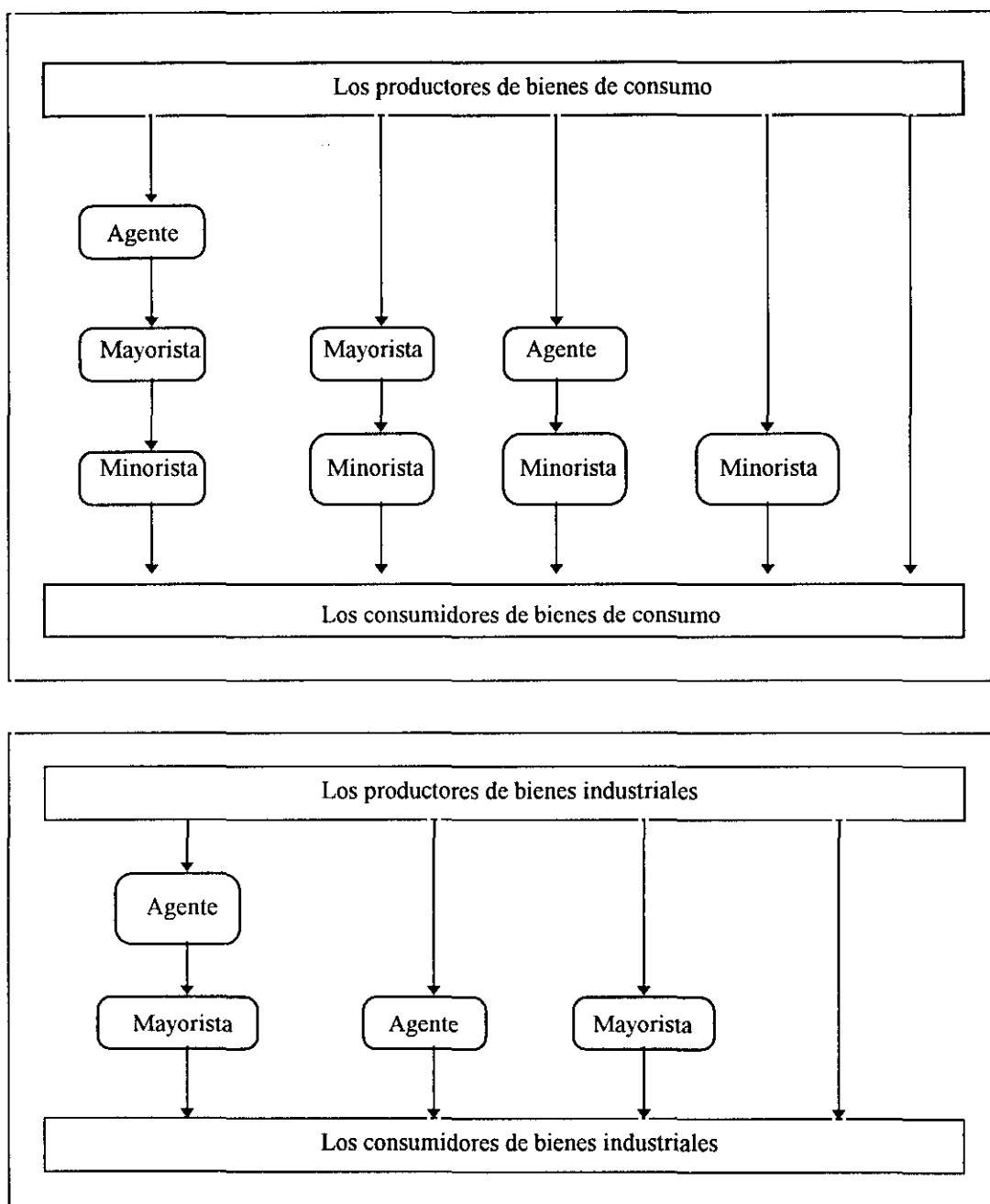


Figura 2.2.
Los canales de distribución de los bienes.

2.3.2.3.2. Los canales de distribución de los servicios⁴¹².

De la misma manera, que en el caso de los bienes, las características de los servicios condicionan la estructura vertical de los canales de distribución.

Las características de los servicios son:

- La intangibilidad, que provoca que los servicios no puedan ser almacenados y transportados.
- La simultaneidad entre la producción y el consumo, que provoca que primero se realice la venta, y después la producción y el consumo del servicio.
- La variabilidad, que dificulta la homogeneidad en la prestación de los servicios.
- El carácter perecedero, debido a que no es posible su almacenamiento y consumo posterior.

La estructura vertical de los canales de distribución de los servicios, como consecuencia de las características descritas más arriba, está registrada en la siguiente figura.

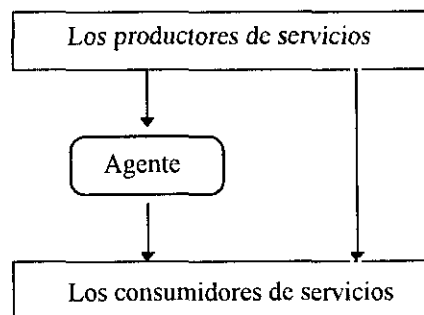


Figura 2.3.
Los canales de distribución de los servicios.

⁴¹² Con base en:

D.H. LIGHT: *A Guide for New Distribution Channel Strategies for Services Firm*, **The Journal of Business Strategy**, Summer, 1986, pp. 56-64.

W.J. STANTON; M.J. ETZEL; B.J. WALTER: **Fundamentos...**, *opus cit.*, pp. 530-552.

L.W. STERN; A.I. EL-ANSARY; J.R. BROWN: **Management in...**, *opus cit.*, pp. 475-488.

2.3.3. La participación de las sociedades cooperativas en los canales de distribución.

Las sociedades cooperativas pueden participar como intermediarios en cualquier escalón de la estructura vertical de los canales de distribución de los productos. La posición de las sociedades cooperativas en los canales de distribución depende de:

- El tipo de sociedad cooperativa de la que se trate: de consumidores o de proveedores.
- La(s) actividad(es) desarrollada(s).

En lo que sigue, se estudia la participación de la sociedad cooperativa en el canal de distribución, particularmente en dos aspectos:

- La protección de los derechos de los consumidores y su influencia en la distribución de los productos.
- La formación del precio de los productos que la sociedad cooperativa produce y/o distribuye, con base en la rentabilidad económica del socio.

2.3.3.1. La participación de la sociedad cooperativa en la protección de los derechos de los consumidores y su influencia en la distribución de los productos.

En este análisis se pone mayor énfasis en las sociedades cooperativas de consumidores, por el doble carácter de, por un lado, empresa de distribución de productos y, por otro lado, de organización no convencional de defensa de los intereses de los consumidores.

2.3.3.1.1. La influencia de los hábitos de los consumidores
en la distribución de los productos⁴¹³.

El comportamiento de los consumidores, que buscan prioritariamente la satisfacción de sus necesidades, ha cambiado en los últimos años; causa de los siguientes factores⁴¹⁴:

- a. - Demográficos. Entre otros: los cambios geográficos de la población; el cambio de la estructura piramidal de edades con un peso muy importante de la denominada "tercera edad"; y la reducción del tamaño de las familias, con un aumento de los hogares unifamiliares.

⁴¹³ Para un análisis específico puede verse:

- K. BAWA; J.T. LANDWEHR; A. KRISHNA: *Consumer Response to Retailers' Marketing Environments: An Analysis of Coffee Purchase Data*, **Journal of Retailing**, V. 65, Winter, 1989, pp. 471-495.
- P.H. BLOCH; N.M. RIDGWAY; D.L. SHERRELL: *Extending the Concept of Shopping: An Investigation of Browsing Activity*, **Journal of the Academy of Marketing Science**, V. 17, N. 1, 1989, pp. 13-21.
- F. CASADO; L. BORJA; G. MARTÍNEZ: *Nuevos enfoques de aproximación al comportamiento del consumidor, un análisis multi-país desde la óptica de la comunicación y la distribución comercial en Europa*, **VI Encuentros de Profesores Universitarios de Marketing**, ESIC, Madrid, 1994, pp. 39-46.
- G.J. DAVIES; J.M. BROOKS: **Positioning Strategy in Retailing**, Paul Chapman Publishing, London, 1989.
- J.P. DICKSON; D.L. MacLACHIAN: *Social Distance and Shopping Behavior*, **Journal of the Academy of Marketing Science**, V. 18, N. 2, 1990, pp. 153-161.
- J. FERNIE: **Retail Distribution Management. A Strategic Guide to Developments and Trends**, Kogan Page, London, 1990.
- C.W. PARK; E.S. IYER; D.C. SMITH: *The Effects of Situational Factors on in Store Grocery Shopping Behavior: The Role of Store Environment and Time Available for Shopping*, **Journal of Consumer Research**, V. 15, March, 1989, pp. 422-433.
- R. VÁZQUEZ CASIELLES: *El comportamiento del consumidor y la estrategia de distribución comercial: Una aplicación empírica al mercado de Asturias*, **Documento de Trabajo**, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Oviedo, 1992.

⁴¹⁴ Con base en:

- J. ALONSO RIVAS: *El "nuevo" consumidor español. El impulso de comprar y la estrategia empresarial en distribución comercial*, **Distribución y Consumo**, N. 4, Año 2, junio-julio, 1992, pp. 10-23.
- J. ALONSO RIVAS: **El comportamiento del consumidor. Una aproximación teórica con estudios empíricos**, Instituto Nacional de Consumo, Madrid, 1984, pp. 339-347.
- W.T. ANDERSON; W.H. CUNNINGHAM: *The Socially Conscious Consumer*, **Journal of Marketing**, V. 37, N. 3, July, 1972, pp. 23-31.
- G.P. MOSCHIS: *Shopping Orientations and Consumers Uses of Information*, **Journal of Retailing**, V. 53, Summer, 1976, pp. 61-70.
- A. REBOLLO ARÉVALO: *El consumo, la producción y su influencia en la distribución comercial*, en CASARES, J. (Comp.); BRIZ, J.; REBOLLO, A.; MUÑOZ, P.: **La economía de la distribución comercial**, Ariel, Barcelona, 1987, pp. 26-43.
- A. REBOLLO ARÉVALO: **La estructura del consumo en España**, Instituto Nacional de Consumo, Madrid, 1983.
- H. SALEN: **Los secretos del merchandising activo**, Díaz de Santos, Madrid, 1994, pp. 77-117.

b.- Económicos. Cabe destacar: el aumento de la renta de los consumidores; la modificación de las pautas de ahorro y endeudamiento; la modificación de la estructura del gasto; el incremento del desempleo laboral; y el incremento de la presión fiscal.

c.- Socio-culturales, que han modificado los hábitos de compra de los consumidores, por lo que se refiere a los bienes y servicios adquiridos, como a los establecimientos dónde realizan sus compras con base en sus preferencias en cuanto a surtido, calidad, tiempo, atención personal, etcétera.

Las causas que han dado lugar al cambio de los hábitos de compra son, entre otras: la incorporación masiva de la mujer al mundo laboral, con una reducción del tiempo de compra; el movimiento de defensa del consumidor; los estilos de vida⁴¹⁵, etcétera.

Estos factores han provocado que los consumidores requieran información fidedigna y estén, cada vez más, educados en asuntos de consumo; por tanto, buscan la seguridad de los productos que adquieren y una mayor relación calidad-precio, estando "... atraídos por actividades más estimulantes, ahorradores de su tiempo y manifestando expectativas muy diversas..."⁴¹⁶.

Todo ello ha provocado la modificación de la actividad comercial de la empresa, en dos dimensiones⁴¹⁷:

- La influencia en la elección de los distintos productos para satisfacer las necesidades de los consumidores.

⁴¹⁵ Sobre este aspecto puede verse:

R.D. BLACKWELL; W.W. TALARZYK: *Life-Style Retailing: Competitive Strategies for the 1980's*, *Journal of Retailing*, V. 59, Winter, 1983, pp. 7-27.

J. GUTMAN; M.K. MILLS: *Fashion Life Style, Self Concept, Shopping Orientation and Store Patronage: An Integrative Analysis*, *Journal of Retailing*, V. 58, Summer, 1982, pp. 64-86.

A. MITCHELL: *The Nine American Lifestyles: Who We Are and Where We're Going*, Warner Books, New York, 1983.

⁴¹⁶ J.J. LAMBIN: *Marketing...*, *opus cit.*, p. 446.

⁴¹⁷ L. PELLEGRINI: *Consumers' Behaviour and Producer-Distributor Relationship in Convenience Goods Markets*, en PELLEGRINI, L.; REDDY, S.K.: *Retail and Marketing Channels. Economic and Marketing Perspectives on Produce-Distributor Relationships*, Routledge, London, 1989, pp. 3-23, pp. 7-8.

- La elección del establecimiento por parte de los consumidores, dependiendo de factores como las gamas de productos, la relación calidad-precio, la proximidad, la atención que reciben, la participación que los consumidores pueden ejercer respecto a los productos que se oferten, etcétera.

2.3.3.1.2. Las sociedades cooperativas integrantes del movimiento consumerista.

El consumerismo, también denominado movimiento en favor de los derechos del consumidor, es un fenómeno social que con el transcurso del tiempo ha ido cobrando mayor importancia⁴¹⁸. La influencia de este movimiento en la distribución de los productos ha provocado que los fabricantes y los intermediarios tengan un nuevo interlocutor: los consumidores⁴¹⁹, generalmente representados a través de sus organizaciones.

Esta manifestación, sobre todo en su vertiente legal, ha configurado la denominada "frontera del consumidor frente a la distribución comercial"⁴²⁰ que delimita el ámbito en el que se realiza la distribución de los productos; y es un factor decisivo para diseñar la estructura de los canales de distribución⁴²¹, sobre todo del comercio minorista.

2.3.3.1.2.1. El concepto del movimiento consumerista⁴²².

⁴¹⁸ D.L. LOUDON; A.J. DELLA BITTA: **El comportamiento del consumidor. Conceptos y aplicaciones**, McGraw-Hill Interamericana, México, 1995, p. 670.

⁴¹⁹ H. SALÉN: **Los secretos...**, *opus cit.*, p. 79.

⁴²⁰ A. REBOLLO ARÉVALO: **El consumo...**, *opus cit.*, p. 38.

⁴²¹ L. PELLEGRINI: **Consumers' Behaviour...**, *opus cit.*, p. 10.

⁴²² Sobre este aspecto puede verse:

D.A. AAKER; G.S. DAY: *A Guide to Consumerism*, **Journal of Marketing**, V. 34, N. 3, July, 1969, pp. 12-19.

M. ÁLVAREZ: *Los paladines del consumidor*, **Actualidad Económica**, N. 1.656, 19 de marzo, 1990, pp. 70-72.

P.N. BLOOM; A.G. STEPHEN: *The Maturing of Consumerism*, **Harvard Business Review**, V. 59, N. 6, November-December, 1981, pp. 130-139.

R.O. HERRMAN: *Consumerism: Its Goals, Organizations and Future*, **Journal of Marketing**, V. 35, N. 4, October, 1970, pp. 55-60.

El movimiento consumerista es un fenómeno que puede ser descrito y analizado desde diversas ópticas y disciplinas, ya que se entremezclan aspectos económicos, sociológicos y jurídicos. En efecto, el consumerismo ha sido definido entre otras como:

- El conjunto de políticas y actividades diseñadas para proteger los derechos e intereses de los consumidores en sus relaciones de intercambio con las empresas⁴²³.
- Un movimiento social de ciudadanos y del gobierno tendente a fortalecer los derechos y el poder de los compradores en relación con los vendedores⁴²⁴.
- El conjunto cambiante de actividades del gobierno, de las empresas y de las organizaciones independientes, cuya finalidad es proteger los derechos de los consumidores en contra de todas las organizaciones con las cuales tienen una relación de intercambio⁴²⁵.

2.3.3.1.2.2. El origen del movimiento consumerista⁴²⁶.

El origen del movimiento consumerista se encuentra en la creación, en 1844 en Rochdale (Inglaterra), de la primera sociedad cooperativa (*Rochdale Society of Equitable*

P. KOTLER: *What Consumerism Means for Marketers*, **Harvard Business Review**, V. 50, N. 3, 1972, pp. 48-57.

A. LOWY; J.A. SOUTO: **Los consumidores en movimiento. Experiencias internacionales**, Comunidad de Madrid, Dirección General de Comercio y Consumo, Madrid, 1987.

D. WEISS; J. CHIROUZE: **Le Consumérisme**, Editions Sirey, Paris, 1984.

⁴²³ J.F. ENGEL; R.D. BLACKWELL; P.W. MINIARD: **Consumer Behavior**, The Dryden Press, Orlando, 1990, p. 759.

⁴²⁴ P. KOTLER: **Marketing Management**, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, New Jersey, 1984, p. 85.

⁴²⁵ D.A. AAKER; G.S. DAY: *A Guide...*, *opus cit.*

⁴²⁶ Con base en:

D.A. AAKER; G.S. DAY: **Consumerism: Search for the Consumer Interest**, Free Press, New York, 1974.

J. ALONSO RIVAS: **El comportamiento...**, *opus cit.*, pp. 342-344.

L. GARRY: *Consumerism Began with Cyrus of Persia*, **Business and Society Review**, Winter, 1972-1973, pp. 62-64.

G.J. HOLYOAKE: **Historia de...**, *opus cit.*

A. LOWY; J.A. SOUTO: **Los consumidores...**, *opus cit.*

W. STRAVER: *The Consumerist Movement in Europe: Challenges and Opportunities for Marketing Strategy*, **European Journal of Marketing**, V. 12, N. 4, 1978, pp. 316-325.

Pioneers) por un grupo de asalariados para defender su poder adquisitivo; sustituyendo el comercio por una organización cooperativa que garantizara el peso y la calidad de los productos que consumían.

Las reglas de funcionamiento de la primera sociedad cooperativa, formuladas posteriormente como principios cooperativos, reflejaba, entre otras, la preocupación por la calidad de los productos que la sociedad cooperativa vendía a sus socios; incluyendo entre ellas la venta de mercancías de buena clase.

Posteriormente, en 1890 la legislación sueca contemplaba garantías para salvaguardar los intereses de los compradores; surgiendo junto a las sociedades cooperativas, un movimiento femenino dedicado a la economía familiar. Un año después, en los Estados Unidos se creó la primera Liga de Consumidores en Nueva York, y en 1930 se crean las primeras organizaciones de consumidores: la *Consumer Union* y la *Consumers Research*.

En la década que comienza en 1960 la defensa de los derechos del consumidor tiene más difusión ya que se extiende a todos los países del mundo.

2.3.3.1.2.2.1. El origen del movimiento consumerista en España.

La primera sociedad cooperativa que se creó en España fue en la localidad catalana de Palagrufell: “La Económica Palafrugellense”, en 1855. A partir de ese momento, se van constituyendo por toda España sociedades cooperativas de consumo, con denominaciones humanistas, derivadas de los ideales del socialismo utópico y del catolicismo, como “La Fraternidad”, “La Amistad”, “Paz y Justicia”, etcétera. Sin embargo, el retraso con que se inicia la revolución industrial en España, respecto del resto de países europeos no generó un desarrollo del cooperativismo comparable al de aquéllos, en todos los tipos de cooperativismo, y por tanto, en el de consumo⁴²⁷.

⁴²⁷ A. CANCELO ALONSO: *Pasado, presente y futuro del cooperativismo de consumo en España*, en VARIOS: *Anuario de Estudios Cooperativos*, Universidad de Deusto, Instituto de Estudios Cooperativos, Bilbao, 1993, pp. 13-27, pp. 13-15.

Posteriormente, en la década que comienza en 1960 se desarrollaron las asociaciones de consumidores convencionales a partir de las asociaciones familiares, de amas de casa y de vecinos.

2.3.3.1.2.3. Las causas del nacimiento del movimiento consumerista.

El origen del consumerismo está "en un desequilibrio estructural entre productores y consumidores, de modo que éstos aparecen positivamente subordinados en su posición como demandantes de los bienes y servicios ofertados por aquellos"⁴²⁸. Por tanto, es inherente a las economías en avanzado estado de desarrollo: la abundancia de bienes producidos, y el bienestar económico han dado lugar a una carrera desenfrenada de "comprar a toda costa" que, en un primer momento, enmascaró los derechos de los consumidores.

Las causas del nacimiento del movimiento consumerista son las que dan lugar a la creación de las sociedades cooperativas. Cabe destacar las siguientes⁴²⁹:

- a.- De naturaleza económica, pretendiendo defender las rentas de consumo de los asalariados, creando una empresa a través de la que pudieran obtener mejores precios y una mayor calidad de los productos que consumían.
- b.- De carácter organizativo, permitiendo a los socios, consumidores, participar de manera democrática en la elección y la calidad de los productos que adquirirían.
- c.- De tipo social, realizando actividades de carácter asistencial y recreativo para los socios de la sociedad cooperativa.

⁴²⁸ M. BUESA BLANCO: *El consumo en España: un análisis en la perspectiva económica*, en VARIOS: **Curso de Doctorado sobre derecho de los consumidores. Constitución económica y derecho del consumo**, Dirección General de Comercio y Consumo, Consejería de Economía, Comunidad de Madrid, Madrid, 1987, pp. 25-63, pp. 60-61.

⁴²⁹ A. CANCELO ALONSO: *Pasado, presente y futuro...*, *opus cit.*

2.3.3.1.2.4. Los objetivos del movimiento consumerista.

El objetivo del movimiento consumerista es proteger y defender los derechos de los consumidores, así como intentar que puedan participar en el proceso de toma de decisiones en aquellas cuestiones de consumo que les afecten.

Esta participación supone una forma de comunicación de los consumidores hacia las empresas para procurar restablecer el equilibrio entre los productores y los distribuidores, por un lado, y los consumidores, por otro⁴³⁰; y es un elemento de racionalización del sistema de distribución que pretende aumentar el poder de negociación de los consumidores.

Las sociedades cooperativas son las únicas empresas en las que los socios participan democráticamente en el proceso de toma de decisiones, y en el caso de sociedades de consumidores sobre asuntos de consumo, dado "que uno de los aspectos fundamentales de este tipo de empresa radica en la incorporación consustancial de la democracia -una persona, un voto- a las decisiones económicas que se toman en el mercado; restituyendo la igualdad de las personas en este aspecto, la cual se ve soslayada por las propias empresas"⁴³¹.

Las sociedades cooperativas dentro del movimiento consumerista, y en una situación en la que la oferta es superior a la demanda, han de tratar de "organizar e informar al consumidor para supeditar la producción a sus propios intereses"⁴³².

La sociedad cooperativa de consumidores puede ser un vehículo muy apropiado para la defensa de los derechos de los consumidores debido a su doble carácter: como empresa de distribución de productos, y al mismo tiempo como organización no convencional de consumidores.

⁴³⁰ J. ALONSO RIVAS; I. CRUZ ROCHE: *Cambios en la estrategia comercial de la empresa española, Papeles de Economía Española*, N. 39/40, 1989, pp. 227-237, p. 236.

⁴³¹ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *Precisiones...*, *opus cit.*, p. 161.

⁴³² J. BAREA TEJEIRO; J.L. MONZÓN CAMPOS (Directores): *Libro blanco...*, *opus cit.*, p. 252.

2.3.3.1.2.5. El marco legal e institucional del consumerismo en España.

La defensa de los derechos de los consumidores se concreta en dos aspectos:

- La formación de un marco legal para salvaguardar los derechos de los consumidores.
- La creación de un marco institucional, compuesto por un conjunto de entidades, tanto públicas como privadas, que desarrollan actividades de formación, prevención y control para proteger a los consumidores.

2.3.3.1.2.5.1. El marco legal del consumerismo en España.

El desarrollo del marco legal consumerista en España ha experimentado una evolución dispersa hasta la promulgación de la Constitución Española de 1978, que establece que "los poderes públicos garantizarán la defensa de los consumidores y usuarios, protegiendo, mediante procedimientos eficaces, la seguridad, la salud y los legítimos intereses económicos de los mismos"⁴³³.

Desde 1978 y hasta la manifestación del denominado "síndrome tóxico" (envenenamiento por aceite de colza adulterado) no hay evolución alguna. En este momento, se promulga la Ley de Defensa de los Consumidores y Usuarios en 1984⁴³⁴, cuyos objetivos son los siguientes:

- a) Declarar los principios, los criterios, las obligaciones y los derechos que configuran la defensa de los consumidores y usuarios.

⁴³³ ESPAÑA: CONSTITUCIÓN ESPAÑOLA, *opus cit.*, artículo 51.1.

⁴³⁴ ESPAÑA: LEY 26/1984, de 19 de julio, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, B.O.E. del 24.

- b) Disponer de un marco legal adecuado, para el desarrollo del movimiento asociativo de consumidores.
- c) Establecer, sobre bases firmes y directas, los procedimientos eficaces para la defensa de los consumidores y usuarios.

Desde este momento, la progresiva asunción de competencias en materia legislativa por las Comunidades Autónomas españolas da lugar a la emisión de múltiples normas de distinto carácter que regulan diversos aspectos del consumo⁴³⁵. Este desarrollo

⁴³⁵ A este respecto se relacionan las normas más importantes. Un análisis detallado excede con mucho las pretensiones de este trabajo:

- COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA: LEY 9/1988, de 25 de noviembre, del Comercio Ambulante, **B.O.J.A.** del 7 de diciembre.
- COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA: LEY 5/1985, de 8 de julio, de los Consumidores y Usuarios de Andalucía, **B.O.J.A.** del 16.
- COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ARAGÓN: LEY 9/1989, de 5 de octubre, de Ordenación de la Actividad Comercial en la Comunidad Autónoma de Aragón, **B.O.A.** del 16.
- COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CASTILLA-LA MANCHA: LEY 3/1995, de 9 de marzo, del Estatuto del Consumidor de Castilla-La Mancha, **D.O.C.M.** del 21 de abril.
- COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CATALUÑA: LEY 3/1993, de 5 de marzo, de Estatuto del Consumidor, **D.O.G.C.** del 12.
- COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CATALUÑA: LEY 23/1991, de 29 de noviembre, de Regulación del Comercio Interior, **D.O.G.C.** del 13 de enero de 1992.
- COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CATALUÑA: LEY 1/1990, de 8 de enero, sobre Disciplina del Mercado y Defensa de los Consumidores y Usuarios, **D.O.G.C.** del 17.
- COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CATALUÑA: LEY 1/1983, de 18 de febrero, de Regulación administrativa de determinadas estructuras comerciales y ventas especiales, **D.O.G.C.** del 25.
- COMUNIDAD AUTÓNOMA DE EXTREMADURA: DECRETO 44/1995, de 18 de abril, de Estatuto de los Consumidores y Usuarios, **D.O.E.** del 25.
- COMUNIDAD AUTÓNOMA DE GALICIA: LEY 10/1988, de 20 de julio, de Ordenación del Comercio Interior de Galicia, **D.O.G.** del 26 de agosto.
- COMUNIDAD AUTÓNOMA DE GALICIA: LEY 12/1984, de 28 de diciembre, del Estatuto Gallego del Consumidor y Usuario, **D.O.G.** del 1 de febrero de 1985.
- COMUNIDAD AUTÓNOMA DEL PAÍS VASCO: LEY 3/1986, de 10 de febrero, que modifica el artículo 22 de la Ley 9/1983, de 19 de mayo, de Ordenación de la Actividad Comercial, **B.O.P.V.** del 14 de marzo.
- COMUNIDAD AUTÓNOMA DEL PAÍS VASCO: LEY 5/1985, de 13 de junio, que modifica el artículo 22, de la Ley 10/1981, de 18 de noviembre, del Estatuto del Consumidor, **B.O.P.V.** del 27.
- COMUNIDAD AUTÓNOMA DEL PAÍS VASCO: LEY 9/1983, de 19 de mayo, de Ordenación de la Actividad Comercial, **B.O.P.V.** del 31.
- COMUNIDAD AUTÓNOMA DEL PAÍS VASCO: LEY 10/1981, de 18 de noviembre, de Estatuto del Consumidor para el País Vasco, **B.O.P.V.** del 2 de marzo de 1983.
- COMUNIDAD AUTÓNOMA DE VALENCIA: LEY 2/1987, de 9 de abril, del Estatuto de Consumidores y Usuarios de la Comunidad Valenciana, **D.O.G.V.** del 15 de abril.
- COMUNIDAD AUTÓNOMA DE VALENCIA: LEY 8/1986, de 29 de diciembre, de Ordenación del Comercio y Superficies Comerciales, **D.O.G.V.** del 31.
- ESPAÑA: LEY ORGÁNICA 2/1996, de 15 de enero, complementaria de la de Ordenación del Comercio Minorista, **B.O.E.** del 17.
- ESPAÑA: LEY 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, **B.O.E.** del 17.
- ESPAÑA: LEY 21/1995, de 6 de julio, de Regulación de los Viajes Combinados, **B.O.E.** del 7.

normativo sobre asuntos de consumo puede limitar la protección de los consumidores, dependiendo del ámbito geográfico de actuación que se considere; y puede poner de manifiesto la debilidad del movimiento consumerista en relación con otros movimientos, al no poseer un marco legislativo único.

El marco legal de la defensa de los derechos del consumidor se basa en unos derechos básicos⁴³⁶, contemplados en todas las legislaciones en materia de consumo⁴³⁷:

- 1.- La protección contra los riesgos que puedan afectar a la salud o a la seguridad.
- 2.- La protección de los intereses económicos y sociales.
- 3.- El derecho a la información correcta sobre los bienes y servicios que los consumidores adquieran.
- 4.- El derecho a la educación y a la formación en materia de consumo.
- 5.- El derecho de representación, consulta y participación.
- 6.- La protección jurídica, administrativa y técnica, en las situaciones de: inferioridad, subordinación e indefensión.

2.3.3.1.2.5.2. El marco institucional del consumerismo en España.

El marco institucional de la defensa de los derechos del consumidor en España esta formado por:

ESPAÑA: LEY 26/1991, de 21 de noviembre, sobre contratos celebrados fuera de los establecimientos mercantiles, **B.O.E.** del 26.

ESPAÑA: LEY 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal, **B.O.E.** del 11.

ESPAÑA: LEY 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia, **B.O.E.** del 18; modificada por ESPAÑA: REAL DECRETO-LEY 7/1996, de 7 de junio, de medidas urgentes de carácter fiscal y de fomento y liberalización de la actividad económica, **B.O.E.** del 8, Título II, Capítulo I.

ESPAÑA: LEY 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, **B.O.E.** del 15.

ESPAÑA: LEY 32/1988, de 10 de noviembre, de Marcas, **B.O.E.** del 12.

⁴³⁶ Enunciados por primera vez por el Presidente de los Estados Unidos J.F. KENNEDY, el 15 de marzo de 1962; celebrándose todos los años en esa fecha el Día del Consumidor.

⁴³⁷ ESPAÑA: LEY 26/1984..., *opus cit.*, artículo 2.

- a) Las entidades dependientes de las Administraciones Públicas encargadas de asuntos de consumo.
- b) Las asociaciones convencionales de consumidores.
 - b.1.) Las sociedades cooperativas de consumidores como manifestación *sui generis*, no convencional, de asociación de consumidores.

2.3.3.1.2.5.2.1. Las entidades dependientes de las Administraciones Públicas encargadas de asuntos de consumo.

La defensa y la protección de los intereses de los consumidores ha llegado a ser una exigencia social; de ahí que la acción estatal se manifieste de dos maneras⁴³⁸:

- Asesorando técnicamente a los consumidores.
- Informando y educando a los consumidores.

El cuadro que sigue contiene el ámbito de actuación, la denominación, los objetivos y las funciones de los distintos órganos dependientes de las distintas Administraciones Públicas encargadas de los asuntos de consumo.

⁴³⁸ N. FERNÁNDEZ COSTES: *Instrumentos e instancias de protección de los consumidores y usuarios*, en VARIOS: **Curso de Doctorado sobre derecho de los consumidores. Constitución económica y derecho del consumo**, Dirección General de Comercio y Consumo, Consejería de Economía, Comunidad de Madrid, Madrid, 1987, pp. 191-217.

Ámbito de actuación	Denominación	Objetivos	Funciones
Nacional	El Instituto Nacional de Consumo ⁴³⁹	Promover y fomentar los derechos de los consumidores.	<ul style="list-style-type: none"> • Asesorar, proponer y colaborar en los trabajos de las Administraciones Públicas en materia de protección al consumidor. • Promover y realizar investigaciones y estudios sobre diversos aspectos del consumo. • Implantar, desarrollar y difundir el sistema arbitral de consumo. • Desarrollar la información, la formación y la educación de los consumidores. • Fomentar y registrar las asociaciones de consumidores. • Apoyar el Consejo de Consumidores y Usuarios. • Investigar y realizar análisis, pruebas y ensayos sobre la calidad y seguridad de los bienes y servicios de uso y consumo.
	El Defensor del Pueblo ⁴⁴⁰	Defender los derechos fundamentales de los ciudadanos recogidos en la Constitución Española de 1978.	<ul style="list-style-type: none"> • Supervisar e investigar, de oficio o a petición de parte, de cualquier asunto conducente al esclarecimiento de los actos o resoluciones de las Administraciones Públicas que lesionen los intereses y derechos de los ciudadanos. • Resolver las demandas individuales de los ciudadanos. • Realizar recomendaciones sobre la modificación del marco legal. • Poner en práctica mecanismos legales para salvaguardar los intereses de los ciudadanos.
	El Servicio de Reclamaciones del Banco de España ⁴⁴¹	Proteger los intereses de los usuarios de los servicios de las entidades de crédito y depósito con base en las normas de disciplina, las buenas prácticas y los usos bancarios en las operaciones que afecten a los clientes.	Recibir y tramitar las reclamaciones formuladas por los clientes de las entidades de crédito y depósito ⁴⁴² .
Autonómico	Los Institutos de Consumo Autonómicos	Cumplen los mismos objetivos y funciones que el Instituto Nacional de Consumo, en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Cataluña ⁴⁴³ y de Galicia ⁴⁴⁴ .	
	Los Defensores del Pueblo Autonómicos	Cumplen los mismos objetivos y funciones que el Defensor del Pueblo del Estado español, en el ámbito de las Comunidades Autónomas de: Andalucía ⁴⁴⁵ , Aragón ⁴⁴⁶ , Baleares ⁴⁴⁷ , Canarias ⁴⁴⁸ , Castilla y León ⁴⁴⁹ , Cataluña ⁴⁵⁰ , Galicia ⁴⁵¹ , País Vasco ⁴⁵² y Valencia ⁴⁵³ .	
	Las Direcciones Generales de Consumo ⁴⁵⁴	<ul style="list-style-type: none"> • Promover la información y la formación de los consumidores. • Proteger los derechos de los consumidores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Informar y orientar a los consumidores sobre asuntos de consumo. • Admitir y tramitar las denuncias y las reclamaciones de los consumidores. • Analizar y controlar la calidad de los establecimientos y de los productos. • Colaborar con otros organismos en asuntos de consumo.
Municipal	Las Oficinas Municipales de Información al Consumidor (OMIC) ⁴⁵⁵	<ul style="list-style-type: none"> • Orientar a los consumidores en sus reclamaciones. • Informar a los consumidores en aspectos de consumo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Informar y orientar a los consumidores para el adecuado ejercicio de sus derechos. • Admitir y registrar las quejas y las reclamaciones de los consumidores. • Difundir los resultados de estudios y análisis de calidad.
	Las Juntas Arbitrales ⁴⁵⁶	Atender y resolver con carácter vinculante y ejecutivo las quejas o reclamaciones de los consumidores.	<ul style="list-style-type: none"> • Fomentar y formalizar los convenios arbitrales entre los consumidores y las empresas. • Actuar como mediadores respecto a las controversias derivadas de las quejas o reclamaciones formuladas por los consumidores. • Confeccionar y actualizar el censo de las empresas que estén adheridas al sistema arbitral. • Elaborar y poner a disposición de los interesados los modelos de convenio arbitral.

Cuadro 2.9.
Las Instituciones Públicas que defienden los derechos de los consumidores en España.

- ⁴³⁹ ESPAÑA: REAL DECRETO 1893/1996, de 2 de agosto, de estructura orgánica básica del Ministerio de Sanidad y Consumo, de sus organismos autónomos y del Instituto Nacional de la Salud, **B.O.E.** del 6, artículo 8.
- ⁴⁴⁰ ESPAÑA: LEY ORGÁNICA 3/1981, de 8 de abril, del Defensor del Pueblo, **B.O.E.** del 7 de mayo.
ESPAÑA: CONSTITUCIÓN ESPAÑOLA, *opus cit.*, artículo 54.
- ⁴⁴¹ ESPAÑA: CIRCULAR N. 8/1990, de 7 de septiembre, a Entidades de Crédito, sobre transparencia de las operaciones y protección de la clientela, **B.O.E.** del 20.
ESPAÑA: ORDEN de 12 de diciembre de 1989, sobre los tipos de interés y comisiones, normas de actuación, información a clientes y publicidad de las Entidades de Crédito, **B.O.E.** del 19.
ESPAÑA: CIRCULAR N. 24/1987, de 21 de julio, sobre la organización y funcionamiento del Servicio de Reclamaciones del Banco de España, **B.O.E.** del 10 de agosto.
ESPAÑA: ORDEN de 3 de marzo de 1987, sobre la liberalización de tipos de interés y comisiones y sobre normas de actuación de las Entidades de Depósito, **B.O.E.** del 5.
- ⁴⁴² Para formular las reclamaciones en este Servicio, los consumidores deben acreditar haberla formulado por escrito ante el Defensor del Cliente u órgano equivalente de la entidad de crédito o depósito. Si en el plazo de dos meses desde la presentación de la reclamación ante el Defensor del Cliente, el consumidor no obtiene contestación o ésta no es satisfactoria, se puede formularla ante el Servicio de Reclamaciones.
- ⁴⁴³ COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CATALUÑA: LEY 16/1987, de 9 de julio, de creación del Instituto Catalán de Consumo, **D.O.G.C.** del 27.
- ⁴⁴⁴ COMUNIDAD AUTÓNOMA DE GALICIA: LEY 8/1994, de 30 de diciembre, de creación del Instituto Catalán de Consumo, **D.O.G.** del 13 de enero de 1995.
- ⁴⁴⁵ COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA: LEY 3/1996, de 17 de julio, por la que se modifican los artículos 5.4 y 8.1. de la Ley 9/1983, de 1 de diciembre, del Defensor del Pueblo Andalúz, **B.O.J.A.** del 18.
COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA: LEY 9/1983, de 1 de diciembre, del Defensor del Pueblo Andalúz, **B.O.J.A.** del 12.
- ⁴⁴⁶ COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ARAGÓN: REGLAMENTO de 6 de julio de 1990, de organización y funcionamiento del Justicia de Aragón, **B.O.A.** del 20.
COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ARAGÓN: LEY 4/1985, de 25 de junio, reguladora del Justicia de Aragón, **B.O.A.** del 2 de julio.
- ⁴⁴⁷ COMUNIDAD AUTÓNOMA DE BALEARES: LEY 1/1993, de 10 de marzo, del *Sindic de Greuges*, de las Islas Baleares, **B.O.C.A.I.B.** del 12 de mayo.
- ⁴⁴⁸ COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CANARIAS: LEY 1/1985, de 12 de febrero, del Diputado del Común, **B.O.C.A.** del 15.
- ⁴⁴⁹ COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CASTILLA Y LEÓN: LEY 2/1994, de 9 de marzo, del Procurador del Común de Castilla y León, **B.O.Cy.L.** del 16.
- ⁴⁵⁰ COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CATALUÑA: LEY 12/1989, de 14 de diciembre, que modifica la Ley 14/1984, de 20 de marzo, del *Sindic de Greuges*, **D.O.G.C.** del 22.
COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CATALUÑA: LEY 14/1984, de 20 de marzo, del *Sindic de Greuges*, **D.O.G.C.** del 28.
- ⁴⁵¹ COMUNIDAD AUTÓNOMA DE GALICIA: LEY 3/1994, de 18 de julio, de modificación de la Ley 6/1984, de 5 de junio, del Valedor del Pueblo, **D.O.G.** de 1 de agosto.
COMUNIDAD AUTÓNOMA DE GALICIA: LEY 6/1984, de 5 de junio, del Valedor del Pueblo, **D.O.G.** de 1 de agosto.
- ⁴⁵² COMUNIDAD AUTÓNOMA DEL PAÍS VASCO: REGLAMENTO de organización y funcionamiento de la Institución del *Ararteko*, **B.O.P.V.** del 29 de diciembre de 1990.
COMUNIDAD AUTÓNOMA DEL PAÍS VASCO: LEY 3/1985, de 27 de febrero, por la que se crea y regula la Institución del *Ararteko*, **B.O.P.V.** del 22 de marzo.
- ⁴⁵³ COMUNIDAD AUTÓNOMA DE VALENCIA: LEY 11/1988, de 16 de diciembre, reguladora del Síndico de Agravios, **D.O.G.V.** del 30.
- ⁴⁵⁴ La denominación de las Direcciones Generales de Consumo y su adscripción a una Consejería depende de la Comunidad Autónoma de referencia.
- ⁴⁵⁵ ESPAÑA: LEY 26/1984..., *opus cit.*, artículos 14, 15 y 16.
- ⁴⁵⁶ ESPAÑA: REAL DECRETO 636/1993, de 3 de mayo, por el que se regula el Sistema Arbitral de Consumo, **B.O.E.** del 21, artículos 2 y 4.
ESPAÑA: LEY 36/1988, de 5 de diciembre de 1988, de Arbitraje, **B.O.E.** del 7.
INSTITUTO NACIONAL DE CONSUMO: **Sistema arbitral de consumo**, Instituto Nacional de consumo, Ministerio de Sanidad y Consumo, Madrid, 1993.

2.3.3.1.2.5.2.2. Las asociaciones convencionales de consumidores.

Las asociaciones convencionales de consumidores se definen como asociaciones de personas que tienen como finalidad la defensa de los intereses de sus asociados-consumidores, su información y su educación.

El marco legal de las actuales asociaciones convencionales de consumidores se encuentra en la Constitución Española de 1978, en la que se estipula que "los poderes públicos promoverán la información y educación de los consumidores y usuarios, fomentarán sus organizaciones y oirán a éstas en las cuestiones que puedan afectar a aquellos, en los términos que ley establezca"⁴⁵⁷; aunque el marco legal genérico había sido promulgado años antes⁴⁵⁸.

Los requisitos que deben cumplir las asociaciones de consumidores para estar incluidas en el censo de asociaciones de consumidores del Instituto Nacional de Consumo son⁴⁵⁹:

- El fin primordial de la asociación ha de ser la defensa del consumidor.
- El número mínimo de asociados ha de ser de cien.
- El presupuesto mínimo anual de ingresos ha de ser de cien mil pesetas.

Entre las funciones de las asociaciones convencionales caben destacar las siguientes⁴⁶⁰:

- Realizar publicaciones sobre asuntos de consumo, que incluyen análisis comparativos sobre distintos productos.
- Admitir y tramitar las reclamaciones de los consumidores.

⁴⁵⁷ ESPAÑA: CONSTITUCIÓN ESPAÑOLA, *opus cit.*, artículo 51.2.

⁴⁵⁸ ESPAÑA: DECRETO 1440/1965, de 20 de mayo, sobre normas complementarias a la Ley de Asociaciones, **B.O.E.** del 7 de junio.

ESPAÑA: LEY 191/1964, de 24 de diciembre, Ley Reguladora de Asociaciones, **B.O.E.** del 28.

⁴⁵⁹ ESPAÑA: ORDEN de 20 de julio de 1978, por la que se determinan los requisitos que ha de exigir el Instituto Nacional de Consumo para incluir en el censo a las Organizaciones de Consumidores, **B.O.E.** del 5 de agosto, artículo 1.

⁴⁶⁰ A. LOWY; J.A. SOUTO: *Los consumidores...*, *opus cit.*, pp. 102-105.

- Coadyuvar con las Administraciones Públicas en asuntos de consumo.
- Participar en foros y organismos para la defensa de los derechos del consumidor.

2.3.3.1.2.6. Las sociedades cooperativas de consumidores como organizaciones del movimiento consumerista⁴⁶¹.

Mucho antes de que los consumidores se organizaran en asociaciones convencionales de consumidores y de que se instituyera por parte de las Administraciones Públicas la defensa de los derechos del consumidor, los consumidores encontraron una forma para poder organizarse, creando sus propios instrumentos para canalizar sus objetivos en asuntos de consumo: las sociedades cooperativas de consumidores.

Las sociedades cooperativas representan la primera y única organización autónoma, empresa por otro lado, que defiende los derechos de los consumidores a través de dos tipos de actividades:

- La actividad económica de producción y distribución de productos.
- La actividad informativa y formativa sobre los derechos y las obligaciones de los consumidores.

En efecto, "la protección de los intereses de los consumidores están convirtiéndose en una parte indisociable de la estructura cooperativa. Se supone que los miembros de una cooperativa deben expresar sus intereses como consumidores no sólo a través de los mecanismos del mercado y de su comportamiento como compradores en las tiendas, sino también mediante un diálogo democrático y el proceso de toma de decisiones de las organizaciones cooperativas"⁴⁶².

⁴⁶¹ Para un estudio de las sociedades cooperativas dentro del movimiento consumerista puede verse: M. PANIAGUA ZURERA: **Movimiento consumerista y movimiento cooperativo**, Instituto Nacional de Consumo, Madrid, 1992.

⁴⁶² K. BLOMQUIST; S.A. BÖÖK: *Las cooperativas y los derechos de los consumidores. Las perspectivas de las cooperativas de consumidores respecto a los principios cooperativos*, en: MONZÓN CAMPOS, J.L.; ZEVI, A. (Direc.): **Cooperativas, mercado, principios cooperativos**, CIRIEC-España, Valencia, 1994, pp. 291-315, p. 294.

Por otro lado, las sociedades cooperativas de consumidores actúan como correctores de los fallos del mercado protegiendo los intereses y los derechos de los consumidores, entendiendo el concepto de consumidor en sentido amplio, es decir, socios y no socios⁴⁶³.

Desde el punto de vista de la participación de los socios en los flujos reales de la sociedad cooperativa, la sociedad cooperativa de consumidores es la que tiene más influencia en la defensa de los derechos de los consumidores; lo que no obsta para que la sociedad cooperativa de proveedores también participe en el movimiento consumerista ajustando la producción de los productos a las normas establecidas en cuanto a calidad, etiquetado, información sobre la composición de los bienes, etcétera⁴⁶⁴.

La legislación española en materia de sociedades cooperativas, tanto la del Estado español como la de las Comunidades Autónomas españolas, restringen la defensa de los derechos de los consumidores a un tipo específico de sociedad cooperativa: la denominada de consumidores y usuarios; dejando fuera a otros tipos de sociedades cooperativas de consumidores: por ejemplo, a las denominadas sociedades cooperativas de viviendas, agrarias, de crédito, de enseñanza; cuando los socios se asocian (valga la redundancia) para consumir eficientemente viviendas, bienes y servicios en el ámbito rural, recursos financieros, enseñanza, respectivamente.

Esta limitación es recogida por la legislación en materia de consumo⁴⁶⁵, adoptando el criterio mutualista que utilizan las distintas leyes en materia de sociedades cooperativas, tanto la del Estado español como la de las Comunidades Autónomas españolas; reconociendo como asociación de consumidores únicamente a las sociedades

⁴⁶³ *Ibíd.*

⁴⁶⁴ En este trabajo, la función de las sociedades cooperativas en el movimiento consumerista, se hace extensiva a cualquier tipo de sociedad cooperativa, de proveedores y de consumidores; ya que ambas tienen la preocupación de que el proceso de producción y distribución que protagonizan, democráticamente, sea eficiente. Y no lo sería -al menos en teoría- si los productos (bienes y servicios) que llegan al mercado de esa empresa no cumplen los niveles de calidad requeridos por los consumidores.

⁴⁶⁵ ESPAÑA: REAL DECRETO 825/1990, de 22 de junio, sobre el derecho de representación, consulta y participación de los consumidores y usuarios a través de sus asociaciones, **B.O.E.** del 29, artículo 3.3.

cooperativas de consumidores y usuarios; restringiendo la representatividad de las sociedades cooperativas en los distintos órganos y entidades encargadas de los asuntos de consumo.

La defensa de los derechos de los consumidores a través de las sociedades cooperativas de consumidores y usuarios, se recoge en algunos casos de manera implícita y en otros de manera explícita en la legislación en materia de sociedades cooperativas, según lo contenido en el cuadro que sigue.

Ámbito territorial	Las sociedades cooperativas de consumidores y usuarios en la legislación en materia de sociedades cooperativas.
Comunidad Autónoma de Andalucía ⁴⁶⁶	“Son Cooperativas de Consumidores y Usuarios las que tienen por objeto procurar, en las mejores condiciones de calidad, información y precio, bienes y servicios para el consumo o uso de los socios y, en su caso, de quienes con ellos convivan...”.
Comunidad Autónoma de Cataluña ⁴⁶⁷	“Las cooperativas de consumidores y usuarios tienen por objeto primordial la entrega de bienes o la prestación de servicios para el consumo directo de los socios y de sus familiares y el desarrollo de las actividades necesarias para una mayor información, formación y defensa de los derechos de los consumidores y los usuarios”.
Comunidad Autónoma del País Vasco ⁴⁶⁸	“Las cooperativas de consumo tienen como objeto procurar bienes o prestar servicios para el uso o consumo de los socios y de quienes con ellos convivan, así como la defensa y promoción de los derechos e intereses legítimos de los consumidores y usuarios”.
Comunidad Autónoma de Valencia ⁴⁶⁹	“1. Las Cooperativas de Consumidores y Usuarios tendrán por objeto el suministro de bienes y servicios para el uso y consumo de los socios y familiares que viven con ellos, incluidas las actividades de tiempo libre, al igual que la defensa de los derechos de los consumidores y usuarios, de acuerdo con la legislación vigente. 4. El fondo de formación y promoción cooperativa se destinará, fundamentalmente, a la defensa de los derechos de los consumidores y usuarios”.
Comunidad Foral de Navarra ⁴⁷⁰	“Son cooperativas de consumidores y usuarios las que, asociando a personas físicas, tienen por objeto la entrega de bienes o la prestación de servicios para el uso o consumo de los socios y sus familias”.
Estado español ⁴⁷¹	“Son Cooperativas de Consumidores y Usuarios las que asocian a personas y tienen por objeto procurar, en las mejores condiciones de calidad, información y precio, bienes y servicios para el consumo o uso de los socios y de los familiares que habitan con ellos...”.

Cuadro 2.10.

La defensa de los derechos de los consumidores en las sociedades cooperativas de consumidores y usuarios.

⁴⁶⁶ COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA: LEY 2/1985..., *opus cit.*, artículo 78, aunque considera también como sociedades cooperativas de consumidores y usuarios a las de viviendas, a las de crédito y a las de seguros.

⁴⁶⁷ COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CATALUÑA: DECRETO LEGISLATIVO 1/1992..., *opus cit.*, artículo 86.1.

⁴⁶⁸ COMUNIDAD AUTÓNOMA DEL PAÍS VASCO: LEY 4/1993..., *opus cit.*, artículo 105.1.

⁴⁶⁹ COMUNIDAD AUTÓNOMA DE VALENCIA: LEY 11/1985..., *opus cit.*, artículo 73; modificada por COMUNIDAD AUTÓNOMA DE VALENCIA: LEY 3/1995..., *opus cit.*, artículo primero.

⁴⁷⁰ COMUNIDAD FORAL DE NAVARRA: LEY FORAL 12/1996..., *opus cit.*, artículo 66.1.

⁴⁷¹ ESPAÑA: LEY 3/1987..., *opus cit.*, artículo 127.

2.3.3.1.2.6.1. Los principios cooperativos y
los derechos de los consumidores⁴⁷².

En lo que sigue, se analiza la inclusión de forma intrínseca de los derechos de los consumidores⁴⁷³, enunciados más arriba⁴⁷⁴, en las reglas de funcionamiento de la sociedad cooperativa.

2.3.3.1.2.6.1.1. La protección contra
los riesgos que puedan
afectar a la salud o a la
seguridad.

Este derecho establece la exigencia de que los bienes y servicios que se pongan a disposición de los consumidores no presenten ningún peligro, utilizados en condiciones normales y previsibles.

⁴⁷² Con base en:

H.C. BANDO CASADO: **Planteamientos básicos sobre la defensa del consumidor**, Instituto Nacional de Consumo, Madrid, 1986.
J. CALAIS-AULOY: **Droit de la Consommation**, Dalloz, Paris, 1992.
CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE COOPERATIVAS DE CONSUMIDORES Y USUARIOS (HISPACOOOP): **Las cooperativas de consumidores en España. Memoria 1989-1993**, HISPACOOOP, Madrid, 1995.
ESPAÑA: LEY 26/1984..., *opus cit.*
B.W. HARVEY; D.L. PANY: **The Law of Consumer Protection and Fair Trading**, Butterworths, London, 1987.
INTERNATIONAL COOPERATIVE ALLIANCE: **The International Co-operative Alliance...**, *opus cit.*
A. de LEÓN ARCE; C. MORENO-LUQUE CASARIEGO; M.J. AZA CONEJO: **Derecho de consumo**, Editorial Forum, Oviedo, 1995.
M.J. REYES LÓPEZ: **Derecho de consumo**, Greul de Derecho, Valencia, 1993.
A. SEGUEIRA: *Los derechos del consumidor en la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios de 19 de julio de 1984*, en VARIOS: **Curso de Doctorado sobre derecho de los consumidores. Constitución económica y derecho del consumo**, Dirección General de Comercio y Consumo, Consejería de Economía, Comunidad de Madrid, Madrid, 1987, pp. 75-97.

⁴⁷³ Excepto el derecho de protección jurídica, administrativa y técnica, en situaciones de inferioridad, subordinación e indefensión que es competencia de las distintas Administraciones Públicas que deben establecer mecanismos legales para la protección de los consumidores.

⁴⁷⁴ Ver el epígrafe 2.3.3.1.2.5.1. El marco legal del consumerismo en España, pp. 146-148.

Las sociedades cooperativas pueden y deben seleccionar rigurosamente los productos que transforman y/o distribuyen; analizando la composición y la calidad, tanto en el caso de una sociedad cooperativa de consumidores como de proveedores.

2.3.3.1.2.6.1.2. La protección de los intereses económicos y sociales.

La protección de los intereses económicos y sociales se basa en el derecho que tienen los consumidores de adquirir y/o contratar los bienes y servicios en condiciones equitativas.

Las sociedades cooperativas de consumidores, en particular las de seguros y las de crédito, eliminan la denominada "apariencia de la validez", es decir, aquellas fórmulas contractuales en cuya elaboración el consumidor y usuario no ha participado y cuyo contenido no puede variar de ninguna forma⁴⁷⁵. En efecto, los socios pueden ajustar las condiciones de contratación a sus necesidades siempre que respeten el marco legal.

2.3.3.1.2.6.1.3. El derecho a la información correcta sobre los bienes y servicios que los consumidores adquieran.

Este derecho establece que los consumidores han de tener información suficiente sobre las características de los productos y sobre su modo de empleo, para permitirles elegir de una manera razonable, fundamentada y consciente.

⁴⁷⁵ T. QUINTELA GONSALVES: *Situación del movimiento consumerista en Europa en los próximos cinco años*, en: Las cooperativas como organización de consumidores, **Documento de Trabajo**, Confederación Española de Cooperativas de Consumidores y Usuarios (HISPACOOOP) N. 2, enero, 1991, pp. 3-10.

Los consumidores reciben información sobre los productos, por parte de los fabricantes y/o distribuidores, a través de⁴⁷⁶:

- Las etiquetas y contratos de los productos⁴⁷⁷.
- Las campañas publicitarias de las empresas⁴⁷⁸.

Las principales actividades informativas, en el caso de las sociedades cooperativas, deberían ser las siguientes:

- La difusión de precios por unidades de los bienes en los distintos puntos de venta.
- La creación de un servicio de atención al consumidor que recogiera las reclamaciones y orientara a los consumidores sobre las acciones que pueden ejercer.
- La publicación de revistas⁴⁷⁹.

⁴⁷⁶ A. de LEÓN ARCE; C. MORENO-LUQUE CASARIEGO; M.J. AZA CONEJO: **Derecho de...**, *opus cit.*, pp. 109-120.

⁴⁷⁷ ESPAÑA: LEY 26/1991..., *opus cit.*

ESPAÑA: REAL DECRETO 515/1989, de 21 de abril, sobre protección de los consumidores en cuanto a la información a suministrar en la compraventa y arrendamiento de viviendas, **B.O.E.** del 17 de mayo.

ESPAÑA: REAL DECRETO 1468/1988, de 2 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento de etiquetado, presentación y publicidad de los productos industriales destinados a su venta directa a los consumidores y usuarios, **B.O.E.** del 8.

ESPAÑA: REAL DECRETO 1122/1988, de 23 de septiembre, por el que se aprueba la norma general de etiquetado, presentación y publicidad de los productos alimenticios envasados, **B.O.E.** del 4 de octubre.

ESPAÑA: LEY 26/1984..., *opus cit.*, artículo 13.1.

⁴⁷⁸ ESPAÑA: LEY 34/1988..., *opus cit.*

⁴⁷⁹ En el caso español destacan:

Denominación	Editor	Periodicidad	Asuntos tratados
Eroski	Eroski, S.Coop.	Mensual	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis comparativos de productos. • Encuestas sociológicas. • Estudios monográficos.
Consum	Consum, S. Coop.	Nueve números al año	Salud, alimentación, medio ambiente, etcétera.
Ibercoop	Unión Nacional de Cooperativas de Consumidores y Usuarios y Asociación General de Consumidores.	Irregular	Informes y análisis comparativos sobre asuntos de interés para el consumidor.
Cooperativa	Federación de Cooperativas del País Vasco.	Trimestral.	Sociedades cooperativas, asuntos consumeristas y medio ambiente.

Cuadro 2.11.

Las revistas cooperativas de información al consumidor.

Fuente: Elaboración propia con base en:

CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE COOPERATIVAS DE CONSUMIDORES Y USUARIOS (HISPACOO): **Las cooperativas de consumidores...**, *opus cit.*, pp. 36-37.

2.3.3.1.2.6.1.4. El derecho a la
educación y a la formación en
materia de consumo.

La educación y la formación es un principio que establece el modo de ser de las sociedades cooperativas y se concreta en la dotación de un fondo obligatorio, el "Fondo de Educación y Promoción", para desarrollarlas.

2.3.3.1.2.6.1.5. El derecho de
representación, consulta y
participación.

Los consumidores a través de sus organizaciones representativas, entre ellas las de sociedades cooperativas de consumidores y usuarios, han de ser consultados en todos aquellos asuntos que les pueden afectar.

2.3.3.1.2.6.2. El doble carácter de las
sociedades cooperativas de
consumidores.

Las sociedades cooperativas de consumidores desempeñan una importante función en el desarrollo del movimiento consumerista debido a su doble carácter: como empresas de distribución de productos y como organizaciones no convencionales de consumidores.

2.3.3.1.2.6.2.1. Las sociedades
cooperativas de
consumidores como
empresas de distribución de
productos.

Las sociedades cooperativas de consumidores como asociaciones de consumidores organizadas en empresas, son entidades al servicio único y exclusivo de sus socios consumidores⁴⁸⁰; y como forma comercial dentro del sistema comercial es fundamental para la investigación de mercados, y para evaluar la influencia que tienen las decisiones empresariales en cuanto a productos, puntos de venta, precios, etcétera⁴⁸¹.

La integración de los consumidores en la empresa puede ser contemplada bajo el enfoque de la gestión de la calidad total, que pretende la participación de todos los agentes que intervienen en la producción y distribución de los productos, para intentar conseguir una mejora en los productos y una mayor cuota de mercado, así como la satisfacción de las necesidades de los consumidores⁴⁸².

Desde la perspectiva de los consumidores, las sociedades cooperativas deben constituirse como “punto de compra” y no como “punto de venta”; es decir, que los consumidores, socios, participen activamente mediante la adquisición de bienes y servicios sin que su elección esté manipulada por las distintas técnicas comerciales⁴⁸³.

La participación de las sociedades cooperativas como intermediarios en los canales de distribución intentan eliminar “la opacidad de los circuitos distribuidores, favoreciendo la participación y colaboración del consumidor en la actividad comercial de la empresa”⁴⁸⁴.

⁴⁸⁰ I. FAURA VENTOSA: *Potenciar a los socios consumidores de nuestras cooperativas*, en: Los socios consumidores en las cooperativas de consumo, **Documento de Trabajo**, Confederación Española de Cooperativas de Consumidores y Usuarios (HISPACOO), N. 8, 1995, pp. 25-29.

⁴⁸¹ K. BLOMQVIST: *Co-operatives and Consumer Research*, **Journal of Consumer Policy**, N. 7, 1984, pp. 323-341.

⁴⁸² Para un estudio en profundidad puede verse entre otros:

Y. AKAO: **Quality Function Deployment. Integrating Customer Requirements into Product Design**, Productivity Press, Cambridge, 1990.

B.G. DALE; J.J. PLUNKETT (Edit.), **Managing Quality**, Philipp Allan, New York, 1990.

J.A. DOMÍNGUEZ MACHUCA (Coord. y Direct.); S. GARCÍA GONZÁLEZ; M.A. DOMÍNGUEZ MACHUCA; A. RUIZ JIMÉNEZ; M.J. ÁLVAREZ GIL: **Dirección de operaciones. Aspectos tácticos y operativos en la producción y los servicios**, McGraw-Hill Interamericana, Madrid, 1994, pp. 403-454.

J.M. JURAN; F.M. GRZYNA: **Quality Planning and Analysis**, McGraw-Hill, New York, 1980.

⁴⁸³ K. BLOMQVIST; S.A. BÖÖK: *Las cooperativas y los derechos de los consumidores...*, *opus cit.*, p. 304.

⁴⁸⁴ J. BAREA TEJEIRO; J.L. MONZÓN CAMPOS. (Directores): **Libro blanco...**, *opus cit.*, p. 258.

Por otro lado, en cumplimiento del principio cooperativo de interés por la comunidad las sociedades cooperativas de consumidores han de realizar actividades en favor del medio ambiente, entrando en el denominado ambientalismo⁴⁸⁵. En efecto, las sociedades cooperativas de consumidores asociadas a la CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE COOPERATIVAS DE CONSUMIDORES Y USUARIOS han realizado, entre otras, las actividades contenidas en el siguiente cuadro⁴⁸⁶:

Actividades	Fechas
• Retirada de todos los puntos de ventas de los aerosoles con clorofluorocarbonos (CFC)	Desde 1989
• Sustitución del componente policloruro de vinilo (PVC) de las bolsas de plástico por otros materiales cuyos residuos sean menos contaminantes.	Desde 1989
• Recogida de pilas usadas.	1992-1993
• Formación sobre el uso racional del papel.	1993-1994
• Reducción de las bolsas de plástico que se entregan a los consumidores en los establecimientos e información para reducir los envases y embalajes.	1996

Cuadro 2.12.
Las actividades consumeristas de las sociedades cooperativas de consumidores.

2.3.3.1.2.6.2.2. Las sociedades cooperativas de consumidores como asociaciones no convencionales de consumidores.

Los derechos de los consumidores no quedan protegidos únicamente por pertenecer a una sociedad cooperativa de consumidores, que debe ofrecer a los socios una oferta de bienes y servicios equilibrada con base en la relación calidad-precio. La sociedad

⁴⁸⁵ I. BALDERJAHN: *Personality Variables and Environmental Attitudes as Predictor of Ecologically Responsible Consumption Patterns*, **Journal of Business Research**, V. 17, August, 1988, pp. 51-56.

⁴⁸⁶ CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE COOPERATIVAS DE CONSUMIDORES Y USUARIOS (HISPACOOOP): *Trae tu cesta. Campaña sobre envases y embalajes*, **Boletín Informativo**, N. 38, junio, 1996, p. 1.

CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE COOPERATIVAS DE CONSUMIDORES Y USUARIOS (HISPACOOOP): *El balance de la actividad de HISPACOOOP en favor de las cooperativas de consumidores entre 1990-1995*, **Boletín Informativo**, N. 36, febrero, 1996, p. 3.

CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE COOPERATIVAS DE CONSUMIDORES Y USUARIOS (HISPACOOOP): *Las cooperativas de consumidores...*, *opus cit.*, pp. 38-39.

cooperativa ha de ser, además, una organización natural para defender los derechos de los consumidores y para poder obtener información y formación sobre diversos aspectos del consumo⁴⁸⁷.

La diferencia de las sociedades cooperativas de consumidores con las asociaciones convencionales de consumidores estriba en que las primeras son empresas y tienen la posibilidad de modificar las lesiones contra los derechos de los consumidores desde la parcela económica⁴⁸⁸, con respecto a las segundas.

2.3.3.1.2.6.2.2.1. La
limitación legal de las
sociedades
cooperativas de
consumidores como
asociaciones de
consumidores.

"Se considerarán asociaciones de consumidores y usuarios las Entidades constituidas por consumidores con arreglo a la legislación cooperativa, entre cuyos fines figure, necesariamente la educación y formación de sus socios y estén obligados a constituir un fondo con tal objeto, según su legislación específica"⁴⁸⁹. Por tanto, cualquier sociedad cooperativa es una asociación de consumidores.

Sin embargo, la normativa⁴⁹⁰ limita el reconocimiento de asociaciones de consumidores exclusivamente a las sociedades cooperativas denominadas de consumidores y usuarios⁴⁹¹.

⁴⁸⁷ A. CANCELO ALONSO: *Pasado, presente y futuro...*, *opus cit.*, p. 25.

⁴⁸⁸ A. CANCELO ALONSO: *La aportación de las cooperativas a la defensa del consumidor*, en: Las cooperativas como organización de consumidores, **Documento de Trabajo**, Confederación Española de Cooperativas de Consumidores y Usuarios (HISPACOO), N. 2. enero, 1991, pp. 11-20, p. 15.

⁴⁸⁹ ESPAÑA: LEY 26/1984..., *opus cit.*, artículo 20.2.

⁴⁹⁰ ESPAÑA: REAL DECRETO 825/1990..., *opus cit.*, artículo 3.3.

⁴⁹¹ Ver el epígrafe 2.3.3.1.2.6. Las sociedades cooperativas de consumidores como organizaciones del movimiento consumerista, pp. 153-156.

Esta limitación se contradice con la definición amplia de consumidor como destinatario final de bienes y servicios, tendiendo a una simbiosis consumidor-ciudadano⁴⁹². Se entiende como consumidores aquellas "personas físicas o jurídicas que adquieren, utilizan o disfrutan como destinatarios finales, bienes muebles o inmuebles, productos, servicios, actividades o funciones, cualquiera que sea la naturaleza pública o privada, individual o colectiva de quienes los producen, facilitan, suministran o expiden"⁴⁹³.

Por otro lado, aunque las sociedades cooperativas de consumidores y usuarios son reconocidas individualmente como asociaciones de consumidores, es su organización representativa, la CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE COOPERATIVAS DE CONSUMIDORES Y USUARIOS, la que tiene tal condición estando inscrita⁴⁹⁴ en el censo de organizaciones de consumidores del Instituto Nacional de Consumo.

2.3.3.1.2.6.2.2.2. La
participación de las
sociedades
cooperativas de
consumidores como
organización de
consumidores en las
instituciones públicas
encargadas de la
defensa de los
derechos de los
consumidores.

Los consumidores son considerados interlocutores sociales de pleno derecho a través de sus organizaciones representativas, según el derecho de representación, consulta y participación⁴⁹⁵. Por tanto, deben ser oídos en consulta, en el procedimiento de

⁴⁹² A. SEGUEIRA: *Los derechos del consumidor...*, *opus cit.*

⁴⁹³ ESPAÑA: LEY 26/1984..., *opus cit.*, artículo 1.2.

⁴⁹⁴ A. CANCELO ALONSO: *Las cooperativas, al Registro*, Eroski, N. 152, junio, 1991, p. 14.

⁴⁹⁵ ESPAÑA: LEY 26/1984..., *opus cit.*, Capítulo VI.

elaboración de las disposiciones de carácter general relativas a materias que les afecten directamente.

Las sociedades cooperativas de consumidores participan en los distintos órganos públicos en materia de consumo. Cabe destacar dos por su relevancia: el Consejo de los Consumidores y Usuarios de España y el Sistema Arbitral de Consumo.

2.2.3.1.2.6.2.2.2.1. El

Consejo de los
Consumidores y
Usuarios de España.

Este Consejo es el máximo órgano de representación y consulta de los consumidores y usuarios de ámbito nacional, ostenta la representación institucional de las organizaciones de aquéllos ante las distintas Administraciones Públicas u otras entidades y organismos de carácter estatal⁴⁹⁶.

En su primera regulación⁴⁹⁷, este órgano estaba compuesto por veinticinco miembros, de los cuales cinco correspondían a las sociedades cooperativas de consumidores y usuarios, quedando los veinte representantes restantes en manos de las asociaciones convencionales de consumidores⁴⁹⁸.

El actual Consejo⁴⁹⁹ está compuesto por cuarenta y nueve miembros, de los cuales⁵⁰⁰:

- Treinta y tres corresponden a las asociaciones de consumidores; de los cuales cinco corresponden a las sociedades cooperativas de consumidores y usuarios.

⁴⁹⁶ ESPAÑA: REAL DECRETO 825/1990..., *opus cit.*, artículo 5; modificado por ESPAÑA: REAL DECRETO 2211/1995, de 28 de diciembre, por el que se modifica el Real Decreto 825/1990, de 22 de junio, sobre el derecho de representación, consulta y participación de los consumidores y usuarios a través de sus asociaciones, **B.O.E.** del 29 de enero de 1996, artículo único.

⁴⁹⁷ El mandato del primer Consejo de los Consumidores y Usuarios concluyó en noviembre de 1995.

⁴⁹⁸ ESPAÑA: REAL DECRETO 825/1990..., *opus cit.*, artículo 6.

⁴⁹⁹ Año 1996.

⁵⁰⁰ ESPAÑA: ORDEN de 16 de abril de 1996 por la que se acuerda el nombramiento de los Vocales del Segundo Consejo de Consumidores y Usuarios, **B.O.E.** del 27.
ESPAÑA: REAL DECRETO 2211/1995..., *opus cit.*

El número de representantes de cada una de las asociaciones convencionales de consumidores está en función del número de asociados y de la participación en los Consejos de Consumidores de las Comunidades Autónomas; mientras que los representantes de las sociedades cooperativas de consumidores y usuarios está limitado a cinco miembros, con independencia del número de socios-asociados.

- Dieciséis miembros a los Consejos de Consumidores de las Comunidades Autónomas españolas, un representante por cada Consejo autonómico, excepto la Comunidad Autónoma de Cataluña.

Esta asignación de puestos, al igual que la primera, discrimina a las sociedades cooperativas de consumidores y usuarios como asociaciones de consumidores, debido a que otras asociaciones convencionales de consumidores con un menor número de asociados tienen un número igual de miembros en el Consejo. Este hecho se recoge en el siguiente cuadro.

Las asociaciones de consumidores de ámbito nacional	Número de asociados ⁵⁰¹		Porcentaje de asociados respecto del total		Miembros del Consejo	
	1994	1995	1994	1995	1991	1996
La Confederación Española de Cooperativas de Consumidores y Usuarios (HISPACOOP).	712.048	738.338	37,40	32,00	5	5
La Confederación Española de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios (CEACCU).	359.154	376.427	18,87	16,31	8	5
La Confederación de Consumidores y Vecinos ⁵⁰² .	-	359.092	-	15,56	-	4
La Organización de Consumidores y Usuarios (OCU).	240.253	254.432	12,62	11,02	-	4
La Unión de Consumidores de España (UCE).	231.152	228.068	12,14	9,88	9	5
La Asociación General de Consumidores (ASGECO).	137.860	136.500	7,24	5,91	-	2
La Confederación Estatal de Consumidores y Usuarios (CECU).	98.618	85.737	5,18	3,72	3	2
La Federación de Usuarios Consumidores Independientes (FUCI).	81.729	67.409	4,29	2,92	-	2
La Unión Cívica Nacional de Consumidores y Amas de Hogar de España (UNAE).	28.487	45.527	1,50	1,98	-	2
La Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC).	8.084	8.084	0,42	0,35	-	1
La Asociación de Usuarios y Consumidores de España "Plaza Mayor" ⁵⁰³ .	4.135	-	0,22	-	-	-
La Asociación de Defensa de Impositores de Bancos y Cajas de Ahorro de España (ADICAE).	1.903	7.751	0,10	0,34	-	1
La Asociación de Propietarios en Tiempo Compartido (AFTP).	360	360	0,02	0,01	-	-
TOTAL	1.903.783	2.307.725	100,00	100,00	25	33 ⁵⁰⁴

Cuadro 2.13.
La participación de las asociaciones de consumidores de ámbito nacional en el Consejo de los Consumidores y Usuarios de España.
Fuente: Elaboración propia.

⁵⁰¹ Datos facilitados por Instituto Nacional de Consumo.

⁵⁰² Esta asociación se creó en mayo de 1995.

⁵⁰³ Esta asociación se integra en 1995 en la Confederación de Consumidores y Vecinos.

⁵⁰⁴ Este número de miembros del Consejo corresponden a los representantes de las asociaciones de consumidores.

En este contexto, y siendo el único objetivo que la defensa de los derechos del consumidor sea lo más amplia y eficaz, se puede argumentar lo siguiente:

- 1.- La reformulación de los criterios de asignación de los puestos para las sociedades cooperativas de consumidores y usuarios en el Consejo, con base en el número de socios.
- 2.- La inclusión en el concepto de asociación de consumidores, no sólo a las sociedades cooperativas de consumidores y usuarios, sino a las otras clases de sociedades cooperativas de consumo; para fortalecerlas, como vehículo eficaz para defender los derechos de los consumidores.

2.2.3.1.2.6.2.2.2. El
Sistema Arbitral de
Consumo.

El Sistema Arbitral de Consumo "tiene como finalidad atender y resolver con carácter vinculante y ejecutivo para ambas partes, las quejas y reclamaciones de los consumidores y usuarios, en relación a sus derechos legalmente reconocidos, todo ello sin perjuicio de la protección administrativa y de la judicial"⁵⁰⁵.

Las sociedades cooperativas participan en el Sistema Arbitral de Consumo de tres formas:

- Como organización de consumidores, a través de la Confederación Española de Cooperativas de Consumidores y Usuarios, contribuyendo de modo directo a la resolución de las reclamaciones presentadas por los consumidores.
- Como organización empresarial, a través de la Confederación Empresarial Española de la Economía Social como máximo órgano de representación de las sociedades cooperativas en el ámbito del Estado español.
- Como empresas adheridas.

⁵⁰⁵ ESPAÑA: REAL DECRETO 636/1993..., *opus cit.*, artículo 2.

La participación de las sociedades cooperativas, en particular las de consumidores y usuarios, es plena en la composición tripartita del Sistema Arbitral, defendiendo los derechos de la totalidad de los consumidores, tanto socios como no socios.

2.3.3.2. La formación del precio de venta de los productos en los canales de distribución cuando, al menos, una sociedad cooperativa participa como intermediario.

En este epígrafe se pretende analizar la formación del precio de los productos con base en los márgenes comerciales netos aplicados por los intermediarios, cuando, al menos, una sociedad cooperativa participa como intermediario en un canal de distribución.

El margen comercial neto aplicado por una sociedad cooperativa, que participa en un canal de distribución, a los productos que produce y/o distribuye depende de la consecución de dos objetivos: los socios han de recibir la máxima riqueza a través de la rentabilidad financiera y económica; y los consumidores finales han de obtener una reducción en el precio de los productos que adquieren.

2.3.3.2.1. Introducción.

2.3.3.2.1.1. El concepto de precio.

El precio es una variable de vital importancia para la empresa ya que influye en el nivel de la demanda y determina el nivel de actividad de la empresa, condicionando su rentabilidad a largo plazo⁵⁰⁶.

⁵⁰⁶ J.J. LAMBIN: *Marketing...*, *opus cit.*, p. 467.

Hay muchas definiciones de precio. Entre ellas:

- "... la expresión monetaria del valor y como tal ocupa una posición central en el proceso de intercambio competitivo"⁵⁰⁷.
- El valor monetario de un producto⁵⁰⁸.
- "...para el consumidor representa el coste de un aprovisionamiento, en términos monetarios y para el vendedor es un motivador de un nivel de demanda y actúa como un asignador de los recursos en el lado productivo"⁵⁰⁹.
- "...la cantidad de dinero que hay que pagar por la adquisición o utilización de un producto o servicio"⁵¹⁰.
- "...puede ser considerado como el nivel al que se iguala el valor monetario de un producto o servicio para el comprador con el valor de realizar la transacción para el vendedor"⁵¹¹.

2.3.3.2.1.2. Los factores que influyen en la determinación del precio de los productos en los canales de distribución.

La formación del precio de los productos en los canales de distribución depende de:

- Los gastos de distribución de los intermediarios que corresponden al total de costes en que incurren, y que están asociados a las funciones⁵¹² realizadas en los canales de distribución.
- El número de intermediarios que intervienen en el canal de distribución para transmitir los productos; que depende a su vez, de las características de los productos y de los mercados objetivo⁵¹³.

⁵⁰⁷ *Ibid.*, p. 468.

⁵⁰⁸ W.J. STANTON; M.J. ETZEL; B.J. WALTER: **Fundamentos...**, *opus cit.*, p. 264.

⁵⁰⁹ M. MARTÍN DÁVILA: **Métodos analíticos en marketing**, Índex, Madrid, 1988, p. 215.

⁵¹⁰ E. ORTEGA MARTÍNEZ: **La dirección de marketing**, Ediciones ESIC, Madrid, 1981, p. 671.

⁵¹¹ M. SANTESMASES MESTRE: **Marketing...**, *opus cit.*, pp. 393-394.

⁵¹² Ver el epígrafe 2.3.2.2.2. Las funciones de los intermediarios, pp. 131-132.

⁵¹³ Ver el epígrafe 2.3.2.3. La tipología de los canales de distribución de los productos, pp. 134-137.

En lo que sigue, se estudia la formación del precio de venta de los productos en las diferentes etapas del canal de distribución, en general y en el caso de que intervenga, al menos, una sociedad cooperativa como intermediario, con base en el análisis de los costes⁵¹⁴.

2.3.3.2.1.3. La formación del precio de los
productos en los canales de distribución con
base en el margen comercial neto unitario de
los intermediarios⁵¹⁵.

Para el análisis que se desarrolla más abajo, se parte de una estructura vertical de un canal de distribución en la que los intermediarios son productores y distribuidores o simplemente distribuidores, contemplada en la siguiente figura.

⁵¹⁴ El estudio del precio de venta de los productos se suele completar con el análisis de la demanda (elasticidad y valor percibido) y de la competencia. En el presente estudio no se hace por no ser parte del objeto analizado, aunque se hace referencia a la competencia si está protagonizada por una empresa capitalista convencional, en el análisis de la formación de los precios de venta. Para un estudio en detalle puede verse:

A. ESTEBAN TALAYA; E. PÉREZ GOROSTEGUI: **Prácticas de marketing**, Ariel, Barcelona, 1991, pp. 226-229.

J.J. LAMBÍN: **Marketing...**, *opus cit.*, pp. 485-488.

M. MARTÍN DÁVILA: **Métodos analíticos...**, *opus cit.*, pp. 244-258.

B. NOOTEBOOM; A. KLEIJWEG; R. THURIK: *Normal Costs and Demand Effects in Price Setting: A Study of Retailing*, **European Economic Review**, V. 32, N. 4, 1988, pp. 999-1011.

J.R. SÁNCHEZ GUZMÁN: **Marketing. Conceptos básicos y consideraciones fundamentales**, McGraw-Hill Interamericana, Madrid, 1995, pp. 241-243.

⁵¹⁵ Con base en:

J. CASARES RIPOL; A. REBOLLO ARÉVALO: *Distribución e inflación. Competencia, precios y márgenes comerciales*, **Distribución y Consumo**, N. 5, Año 2, agosto-septiembre, 1992, pp. 10-21.

E.C. Díez de Castro; J.C. FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ: **Distribución...**, *opus cit.*, pp. 11-17.

J.J. LAMBÍN: **Marketing...**, *opus cit.*, pp. 439-444.

L. REYERO: *Comercio mayorista y formación de precios*, **Distribución y Consumo**, N. 5, Año 2, agosto-septiembre, 1992, pp. 26-31.

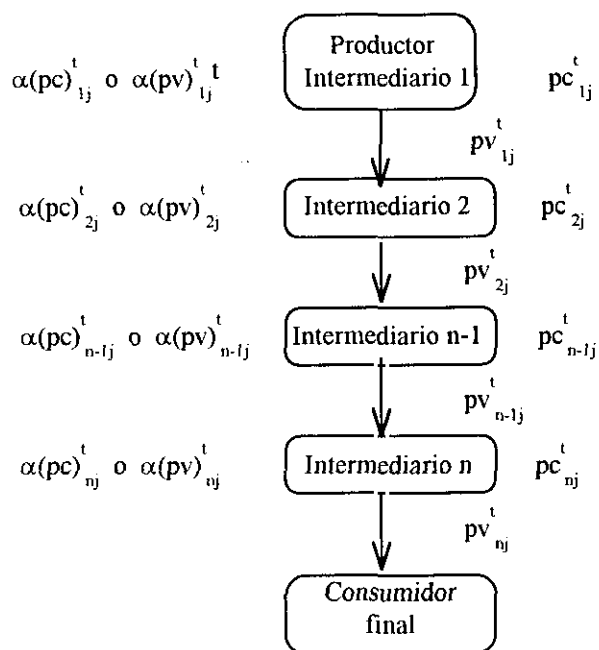


Figura 2.4.
La estructura vertical de un canal de distribución convencional.

Donde:

$\alpha(pc)_{ij}^t$: margen comercial neto unitario del intermediario i-ésimo aplicado al producto j-ésimo en el período t-ésimo, expresado en términos relativos, con base en el precio de coste del intermediario i-ésimo del producto j-ésimo en el período t-ésimo.

$\alpha(pv)_{ij}^t$: margen comercial neto unitario del intermediario i-ésimo aplicado al producto j-ésimo en el período t-ésimo, expresado en términos relativos, con base en el precio de venta del intermediario i-ésimo del producto j-ésimo en el período t-ésimo.

i: 1,2,..., n, donde "n" es el número de intermediarios del canal de distribución del producto j-ésimo.

j : 1,2,..., m , donde “ m ” es el número de productos producidos y/o distribuidos por el intermediario i -ésimo.

pc_{ij}^t : precio de coste unitario, de producción y/o distribución, del producto j -ésimo del intermediario i -ésimo en el período t -ésimo.

pv_{ij}^t : precio de venta unitario del producto j -ésimo del intermediario i -ésimo en el período t -ésimo.

t : período t -ésimo al que va referido el análisis.

2.3.3.2.1.3.1. El margen comercial neto unitario.

Se define el margen comercial bruto unitario del intermediario i -ésimo, en términos absolutos, como la diferencia entre el precio de venta unitario y el precio de compra unitario del producto j -ésimo⁵¹⁶. Es decir:

$$mcb_{ij}^t = pv_{ij}^t - pa_{ij}^t \quad \begin{array}{l} \forall i \in \{1,n\} \\ \forall j \in \{1,m\} \end{array}$$

Donde:

mcb_{ij}^t : margen comercial bruto unitario del intermediario i -ésimo por la distribución del producto j -ésimo en el período t -ésimo.

pa_{ij}^t : precio de compra unitario del producto j -ésimo del intermediario i -ésimo adquirido al intermediario precedente en el canal, en el período t -ésimo.

⁵¹⁶ E.C. DÍEZ DE CASTRO; J.C. FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ: **Distribución...**, *opus cit.*, pp. 15-16.

El margen comercial bruto remunera las funciones realizadas por el intermediario en el canal de distribución⁵¹⁷; es decir, ha de cubrir los costes de distribución de los productos y generar un beneficio comercial neto⁵¹⁸. Esto es:

$$\begin{aligned} mcb_{ij}^t &= cd_{ij}^t + mcn_{ij}^t & \forall i \in \{1, n\} \\ & & \forall j \in \{1, m\} \end{aligned}$$

Donde:

cd_{ij}^t : coste unitario de distribución del intermediario i-ésimo por el producto j-ésimo en el período t-ésimo.

mcn_{ij}^t : margen comercial neto unitario del intermediario i-ésimo por la distribución del producto j-ésimo en el período t-ésimo.

Al objeto de este estudio, se considera que el intermediario i-ésimo puede producir y/o distribuir el producto j-ésimo, por ello se va a considerar el precio de coste (unitario) de producción en lugar del precio de adquisición o de compra del producto j-ésimo, ya que incorpora, entre sus componentes de coste variable unitario, el coste unitario de consumo (que es el coste de adquisición en el caso particular de que la empresa no tenga existencias iniciales ni finales, y sólo comercialice los nuevos) de los productos adquiridos al intermediario precedente en el canal de distribución.

Es decir:

$$\begin{aligned} cp_{ij}^t &= pa_{ij}^t & \forall i \in \{1, n\} \\ & & \forall j \in \{1, m\} \end{aligned}$$

⁵¹⁷ J.J. LAMBIN: *Marketing...*, *opus cit.*, p. 440.

⁵¹⁸ E.C. DÍEZ DE CASTRO; J.C. FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ: *Distribución...*, *opus cit.*, pp. 15-16.

Donde:

cp_{ij}^t : coste de producción unitario del producto j-ésimo del intermediario i-ésimo en el período t-ésimo.

Por tanto:

$$mcb_{ij}^t = pv_{ij}^t - cp_{ij}^t = cd_{ij}^t + mcn_{ij}^t \quad \forall i \in \{1, n\}$$

$$\quad \quad \quad \forall j \in \{1, m\}$$

Despejando:

$$mcn_{ij}^t = pv_{ij}^t - [cp_{ij}^t + cd_{ij}^t] = pv_{ij}^t - pc_{ij}^t \quad \forall i \in \{1, n\}$$

$$\quad \quad \quad \forall j \in \{1, m\}$$

2.3.3.2.1.3.2. La formación del precio de venta de los productos con base en el margen comercial neto unitario de los intermediarios.

El margen comercial neto aplicado por cada intermediario a los productos que produce y/o distribuye se puede expresar en términos relativos, calculado con base en el precio de coste o en el precio de venta de los productos.

Es decir:

- 1.- Si el margen comercial neto se establece sobre el precio de coste, el precio de venta viene definido por:

$$pv_{ij}^t = pc_{ij}^t + \alpha(pc)_{ij}^t \quad pc_{ij}^t = pc_{ij}^t [1 + \alpha(pc)_{ij}^t] \quad \forall i \in \{1, n\}$$

$$\quad \quad \quad \forall j \in \{1, m\}$$

con:

$$\alpha(\text{pc})_{ij}^t \geq 0 \quad \begin{array}{l} \forall i \in \{1, n\} \\ \forall j \in \{1, m\} \end{array}$$

o, alternativamente,

2.- Si el margen comercial neto se fija sobre el precio de venta:

$$\text{pv}_{ij}^t = \text{pc}_{ij}^t + \alpha(\text{pv})_{ij}^t \text{pv}_{ij}^t \Rightarrow \text{pv}_{ij}^t = \frac{\text{pc}_{ij}^t}{1 - \alpha(\text{pv})_{ij}^t} \quad \begin{array}{l} \forall i \in \{1, n\} \\ \forall j \in \{1, m\} \end{array}$$

con:

$$\alpha(\text{pc})_{ij}^t \geq 0 \quad \begin{array}{l} \forall i \in \{1, n\} \\ \forall j \in \{1, m\} \end{array}$$

La cuantía de los márgenes comerciales netos en términos relativos que aplican los intermediarios son distintos según se expresen con base en el precio de coste o en el precio de venta. La relación entre ambos es la siguiente⁵¹⁹.

$$\alpha(\text{pc})_{ij}^t = \frac{\text{pv}_{ij}^t - \text{pc}_{ij}^t}{\text{pc}_{ij}^t} = \frac{\text{pv}_{ij}^t - \text{pc}_{ij}^t}{\text{pc}_{ij}^t} \frac{\text{pv}_{ij}^t}{\text{pv}_{ij}^t} = \frac{\text{pv}_{ij}^t - \text{pc}_{ij}^t}{\text{pv}_{ij}^t} \frac{\text{pv}_{ij}^t}{\text{pc}_{ij}^t} = \alpha(\text{pv})_{ij}^t \frac{\text{pv}_{ij}^t}{\text{pc}_{ij}^t}$$

Y como:

$$1 + \alpha(\text{pc})_{ij}^t = 1 + \frac{\text{pv}_{ij}^t - \text{pc}_{ij}^t}{\text{pc}_{ij}^t} = \frac{\text{pv}_{ij}^t}{\text{pc}_{ij}^t}$$

⁵¹⁹ Con base en:

E.C. DÍEZ DE CASTRO; J.C. FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ: *Distribución...*, *opus cit.*, pp. 11-14.
A. ESTEBAN TALAYA; E. PÉREZ GOROSTEGUI: *Prácticas...*, *opus cit.*, pp. 222-224.
J.J. LAMBIN: *Marketing...*, *opus cit.*, pp. 439-441.

Se puede escribir que:

$$\alpha(\text{pc})_{ij}^t = \alpha(\text{pv})_{ij}^t [1 + \alpha(\text{pc})_{ij}^t] = \alpha(\text{pv})_{ij}^t + \alpha(\text{pv})_{ij}^t \alpha(\text{pc})_{ij}^t$$

En suma:

$$\bullet \alpha(\text{pv})_{ij}^t = \frac{\alpha(\text{pc})_{ij}^t}{1 + \alpha(\text{pc})_{ij}^t} \quad \begin{matrix} \forall i \in \{1, n\} \\ \forall j \in \{1, m\} \end{matrix}$$

$$\bullet \alpha(\text{pc})_{ij}^t = \frac{\alpha(\text{pv})_{ij}^t}{1 - \alpha(\text{pv})_{ij}^t} \quad \begin{matrix} \forall i \in \{1, n\} \\ \forall j \in \{1, m\} \end{matrix}$$

2.3.3.2.2. Los objetivos perseguidos y el planteamiento metodológico.

El análisis que se realiza a continuación sobre la participación de, al menos, una sociedad cooperativa como intermediario en un canal de distribución, parte de la pretensión de conseguir los siguientes objetivos:

- 1.- Los socios de la sociedad cooperativa que participa como intermediario en el canal de distribución han de recibir la máxima riqueza a través de la rentabilidad financiera y económica.
- 2.- La participación de, al menos, una sociedad cooperativa en un canal de distribución ha de mejorar su funcionamiento desde el punto de vista de los consumidores finales.

Desarrollando estos dos objetivos.

2.3.3.2.2.1. Los socios de la sociedad cooperativa han de recibir la máxima riqueza a través de la rentabilidad financiera y económica⁵²⁰.

La participación de los socios en los flujos reales de la sociedad cooperativa depende de las expectativas de que el valor de las contraprestaciones que esperan recibir los socios de la sociedad cooperativa sea mayor que el valor de las prestaciones que como proveedores o como consumidores hacen a la misma⁵²¹.

El análisis sobre la consecución, por parte de los socios, de la máxima rentabilidad financiera y económica es genérico, pero en este estudio se aplica a la sociedad cooperativa que ocupa el escalón i -ésimo del canal de distribución.

Se parte de la pretensión de conseguir que:

- El socio reciba la máxima rentabilidad tanto financiera como económica. Esto es:

2.3.3.2.2.1.1. La rentabilidad financiera del socio⁵²².

La rentabilidad financiera que recibe el socio por su participación en los flujos financieros ha de ser competitiva en el mercado financiero, pero se plantea como un dato en este análisis. Es decir:

$$rf_k^l \geq r_{mdo}^l \quad \forall k \in \{1, l\}$$

⁵²⁰ En este epígrafe se sigue a:

C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *Análisis de la rentabilidad financiera y económica...*, *opus cit.*

Tomamos la propuesta contenida en este trabajo que se puede sintetizar en lo siguiente: la sociedad cooperativa y los socios tratan de hacer máxima la rentabilidad económica (medida en términos absolutos) de todos y cada uno de éstos, para una rentabilidad financiera (expresada en términos relativos) fija e igual para todos los socios.

⁵²¹ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *El problema...*, *opus cit.*, pp. 103-105.

⁵²² El estudio de la rentabilidad financiera del socio se realiza en el epígrafe 2.2.7.2. Las contraprestaciones del socio de la sociedad cooperativa por su participación en los flujos financieros, pp. 125-129.

Donde todos los símbolos son conocidos⁵²³, salvo:

r_{mdo}^t : rentabilidad del mercado financiero en el período t-ésimo, expresada en términos relativos.

2.3.3.2.2.1.2. La rentabilidad económica del socio.

La rentabilidad económica que recibe el socio por su participación en los flujos reales ha de ser máxima para una rentabilidad financiera competitiva en el mercado financiero; por tanto, anticipada a la distribución de los resultados de la sociedad cooperativa, a través de la compensación por los bienes y servicios que aporta o por la venta de los productos que adquiere el socio.

La anticipación de la rentabilidad económica es una práctica que⁵²⁴:

- Es coherente con la actitud de preferencia generalizada de los socios por la liquidez.
- Permite hacer aparecer el resultado contable a cero; por tanto, no se pueden dotar reservas irrepartibles, ni se devengan impuestos sobre la renta de sociedades, es decir⁵²⁵:

$$\text{EOSDI}_{i=\text{SC}}^t = \text{EOSAI}_{i=\text{SC}}^t - \text{I}_{i=\text{SC}}^t = 0$$

Donde todos los símbolos son conocidos⁵²⁶.

⁵²³ Ver el epígrafe 2.2.7.2. Las contraprestaciones del socio de la sociedad cooperativa por su participación en los flujos financieros, pp. 125-129, p. 127.

⁵²⁴ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *Análisis de la rentabilidad financiera y económica...*, *opus cit.*, p. 120.

⁵²⁵ Al objeto del análisis sólo se consideran los resultados obtenidos por la sociedad cooperativa por las operaciones ordinarias con los socios, ya que los resultados obtenidos por operaciones con terceros no socios y por operaciones extraordinarias se destinan íntegramente a dotar o desdotar un fondo de reserva obligatorio. Sobre este aspecto puede verse el epígrafe 2.2.4. La distribución del excedente en la sociedad cooperativa, pp. 100-105.

Esta situación "no puede confundirse con el tópico de que la Sociedad Cooperativa es una organización "sin fin de lucro""⁵²⁷.

Por otra parte, la consecución de los socios de la máxima rentabilidad financiera y económica, debe estar acompañada, en lo que se refiere a los flujos de producción y distribución, de los siguientes objetivos empresariales por parte de la sociedad cooperativa:

- Hacer mínimos los costes de producción y de distribución de los productos.
- Hacer máxima la productividad de los factores, mejorando la calidad de los productos obtenidos.

A continuación se estudia la rentabilidad económica de los socios, distinguiendo si son proveedores o consumidores.

2.3.3.2.2.1.2.1. La rentabilidad económica del socio de una sociedad cooperativa de proveedores.

La rentabilidad económica de los socios de una sociedad cooperativa de proveedores es el precio que reciben los socios por la entrega de los bienes y servicios para la producción y/o distribución de los productos; es decir, es la retribución percibida realmente por los socios por su participación como proveedores en los flujos reales de la sociedad cooperativa⁵²⁸.

⁵²⁶ Ver el epígrafe 2.2.7.2. Las contraprestaciones del socio de la sociedad cooperativa por su participación en los flujos financieros, pp. 125-129, p. 129.

⁵²⁷ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *Análisis de la rentabilidad financiera y económica...*, *opus cit.*, p. 120.

⁵²⁸ *Ibid.*, p. 116.

Así pues, partiendo de la política de mínimos de cara a la consecución de los objetivos planteados para los socios, y descomponiéndola:

$$\begin{aligned} \text{EOSDI}_{i=\text{SC}}^t &= \text{EOSAI}_{i=\text{SC}}^t - \text{I}_{i=\text{SC}}^t = \\ &= \sum_{j=1}^m V_{i=\text{SC},j}^t (pv_{i=\text{SC},j}^t - cv_{i=\text{SC},j}^t) - \text{CF}_{i=\text{SC}}^t - \text{I}_{i=\text{SC}}^t = 0 \quad \forall j \in \{1,m\} \end{aligned}$$

Donde todos los símbolos son conocidos, con la salvedad de que el intermediario i -ésimo es una sociedad cooperativa cuando $i=\text{SC}$, salvo:

$\text{CF}_{i=\text{SC}}^t$: coste fijo operativo de la sociedad cooperativa que ocupa el escalón i -ésimo del canal de distribución por la producción y/o distribución de los productos en el período t -ésimo. Se supone que no hay costes fijos autónomas por productos o por grupos de productos.

$cv_{i=\text{SC},j}^t$: coste variable unitario de producción y/o distribución del producto j -ésimo de la sociedad cooperativa que ocupa el escalón i -ésimo del canal de distribución en el período t -ésimo.

$V_{i=\text{SC},j}^t$: número de unidades vendidas del producto j -ésimo por la sociedad cooperativa que ocupa el escalón i -ésimo del canal de distribución al siguiente intermediario del canal o a los consumidores finales, en el caso de que ocupe el último escalón del canal de distribución, en el período t -ésimo.

El coste variable unitario de producción y/o distribución del producto j -ésimo de la sociedad cooperativa, que ocupa el escalón i -ésimo del canal de distribución, en el período t -ésimo, se puede descomponer como sigue:

$$\begin{aligned} cv_{i=\text{SC},j}^t &= cv(\text{mat}(\text{S}))_{i=\text{SC},j}^t + cv(\text{mat}(\text{T}))_{i=\text{SC},j}^t + cv(\text{mod})_{i=\text{SC},j}^t + cv(\text{ggd})_{i=\text{SC},j}^t + \\ &+ cv(\text{ggd})_{i=\text{SC},j}^t \quad \forall j \in \{1,m\} \end{aligned}$$

Donde (ordenados alfabéticamente):

$cv(ggd)_{i=SC,j}^t$: coste variable de distribución de la sociedad cooperativa que ocupa el escalón i-ésimo del canal de distribución imputable a cada unidad de producto j-ésimo en el período t-ésimo.

$cv(ggt)_{i=SC,j}^t$: coste variable de transformación y fraccionamiento de la sociedad cooperativa que ocupa el escalón i-ésimo del canal de distribución imputable a cada unidad de producto j-ésimo en el período t-ésimo.

$cv(mat(S))_{i=SC,j}^t$: coste variable unitario del consumo de los bienes y servicios⁵²⁹ entregados por los socios a la sociedad cooperativa que ocupa el escalón i-ésimo del canal de distribución para producir y/o distribuir el producto j-ésimo en el período t-ésimo.

$cv(mat(T))_{i=SC,j}^t$: coste variable unitario del consumo de los bienes y servicios adquiridos por la sociedad cooperativa que ocupa el escalón i-ésimo del canal de distribución para producir y/o distribuir el producto j-ésimo en el período t-ésimo.

$cv(mod)_{i=SC,j}^t$: coste variable de la mano de obra directa (asalariados) empleada en el proceso de producción y/o distribución de la sociedad cooperativa que ocupa el escalón i-ésimo del canal de distribución afectada a cada unidad del producto j-ésimo en el período t-ésimo.

El coste variable unitario del consumo de los bienes y servicios entregados por los socios a la sociedad cooperativa que ocupa el escalón i-ésimo del canal de distribución, viene determinado por:

⁵²⁹ El término servicios incluye la aportación del trabajo de los socios, en el caso de una sociedad cooperativa de proveedores de trabajo.

$$cv(mat(S))_{i=SC,j}^t = \frac{VEI(mat(S))_{i=SC,j}^t + VC(mat(S))_{i=SC,j}^t - VEF(mat(S))_{i=SC,j}^t}{\sum_{j=1}^m mat(S)_{i=SC,j}^t}$$

Donde:

$mat(S)_{i=SC,j}^t$: cantidad de bienes y servicios entregados por los socios a la sociedad cooperativa que ocupa el escalón i-ésimo del canal de distribución necesarios para producir y/o distribuir el producto j-ésimo en el período t-ésimo, expresada en unidades físicas.

$VC(mat(S))_{i=SC,j}^t$: valor de los bienes y servicios entregados por los socios a la sociedad cooperativa que ocupa el escalón i-ésimo del canal de distribución necesarios para producir y/o distribuir el producto j-ésimo en el período t-ésimo, expresado en unidades monetarias.

$VEF(mat(S))_{i=SC,j}^t$: valor de las existencias finales de los bienes entregados por los socios a la sociedad cooperativa que ocupa el escalón i-ésimo del canal de distribución necesarios para producir y/o distribuir el producto j-ésimo en el período t-ésimo, expresado en unidades monetarias.

$VEI(mat(S))_{i=SC,j}^t$: valor de las existencias iniciales de los bienes entregados por los socios a la sociedad cooperativa que ocupa el escalón i-ésimo del canal de distribución necesarios para producir y/o distribuir el producto j-ésimo en el período t-ésimo, expresado en unidades monetarias.

Si se establece, para simplificar, la hipótesis que no hay existencias iniciales ni finales:

$$\begin{aligned} \text{VEI}(\text{mat}(\text{S}))_{i=\text{SC},j}^t &= 0 & \forall j \in \{1,m\} \\ \text{VEF}(\text{mat}(\text{S}))_{i=\text{SC},j}^t &= 0 & \forall j \in \{1,m\} \end{aligned}$$

entonces:

$$\text{cv}(\text{mat}(\text{S}))_{i=\text{SC},j}^t = \frac{\text{VC}(\text{mat}(\text{S}))_{i=\text{SC},j}^t}{\sum_{j=1}^m \text{mat}(\text{S})_{i=\text{SC},j}^t} = \frac{\sum_{j=1}^m \text{mat}(\text{S})_{i=\text{SC},j}^t \text{pmat}(\text{S})_{i=\text{SC},j}^t}{\sum_{j=1}^m \text{mat}(\text{S})_{i=\text{SC},j}^t} \quad \forall j \in \{1,m\}$$

Donde:

$\text{pmat}(\text{S})_{i=\text{SC},j}^t$: precio unitario de los bienes y servicios entregados por los socios a la sociedad cooperativa que ocupa el escalón i -ésimo del canal de distribución para producir y/o distribuir el producto j -ésimo en el período t -ésimo.

Los socios pretenden hacer máximo el precio unitario de los bienes y servicios que entregan a la sociedad cooperativa, que ocupa el escalón i -ésimo del canal de distribución; es decir, intentan conseguir la máxima rentabilidad económica. Esto es:

$$\text{máx. } \text{pmat}(\text{S})_{i=\text{SC},j}^t \quad \forall j \in \{1,m\}$$

para:

$$\text{máx. } \sum_{k=1}^l \text{RE}_k^t \quad \forall k \in \{1,l\}$$

ya que la rentabilidad económica de todos los socios viene determinada por la expresión:

$$\begin{aligned}
\sum_{k=1}^I RE_k^t &= \sum_{j=1}^m V_{i=SC,j}^t \, cv(mat(S))_{i=SC,j}^t = \\
&= \sum_{j=1}^m V_{i=SC,j}^t \frac{\sum_{j=1}^m mat(S)_{i=SC,j}^t \, pmat(S)_{i=SC,j}^t}{\sum_{j=1}^m mat(S)_{i=SC,j}^t} \quad \begin{array}{l} \forall j \in \{1,m\} \\ \forall k \in \{1,I\} \end{array}
\end{aligned}$$

Donde todos los símbolos son conocidos, salvo:

RE_k^t : rentabilidad económica del socio k-ésimo de la sociedad cooperativa que ocupa el escalón i-ésimo del canal de distribución en el período t-ésimo; expresada en términos absolutos.

2.3.3.2.2.1.2.2. La rentabilidad económica del socio de una sociedad cooperativa de consumidores.

Los socios de una sociedad cooperativa de consumidores pretenden hacer mínimo el precio de venta de los productos que adquieren a la sociedad cooperativa, que ocupa el escalón i-ésimo del canal de distribución; debido a que la rentabilidad económica por unidad de producto adquirido es la diferencia entre el precio que tendrían que pagar en el mercado (empresa capitalista que actuara en el mismo escalón del canal que la sociedad cooperativa) y el que pagan a la sociedad cooperativa. Esto es:

$$\text{mín. } pv_{i=SC,j}^t \quad \forall j \in \{1,m\}$$

para

$$\max. \sum_{k=1}^l RE_k^t \quad \forall k \in \{1, l\}$$

ya que la rentabilidad económica de todos los socios viene determinada por:

$$\sum_{k=1}^l RE_k^t = \sum_{j=1}^m V_{i=SC,j}^t (pv_{i=EC,j}^t - pv_{i=SC,j}^t) \quad \begin{matrix} \forall j \in \{1, m\} \\ \forall k \in \{1, l\} \end{matrix}$$

Donde todos los símbolos son conocidos, con la salvedad de que el intermediario i-ésimo es una sociedad cooperativa cuando i=SC o es una empresa capitalista convencional cuando i=EC.

2.3.3.2.2.2. La mejora del funcionamiento del canal de distribución desde el punto de vista de los consumidores finales.

La participación de, al menos, una sociedad cooperativa en un canal de distribución ha de mejorar su resultado, medido a través del precio que pagan los consumidores finales por la adquisición del producto. Este es sólo un aspecto, el cuantificable de la eventual mejora del comportamiento del canal por la presencia de, al menos una sociedad cooperativa. Hay otro aspecto: la calidad; pero no se considera en este análisis por la dificultad de su modelización⁵³⁰.

Se pretende demostrar que:

$$pv_{n=SC,j}^t \leq pv_{n=EC,j}^t \quad \forall j \in \{1, m\}$$

⁵³⁰ Sin embargo, no se deja de contemplar en este trabajo; concretamente en el apartado dedicado al consumerismo (ver el epígrafe 2.3.3.1. La participación de la sociedad cooperativa en la protección de los derechos de los consumidores y su influencia en la distribución de los productos, pp. 138-169).

Donde:

$p_{n=SC,j}^t$: precio de venta después del intermediario n-ésimo (final) del producto j-ésimo en el período t-ésimo, cuando, al menos, una sociedad cooperativa participa como intermediario i-ésimo en el canal.

$p_{n=EC,j}^t$: precio de venta después del intermediario n-ésimo (final) del producto j-ésimo en el período t-ésimo, cuando el canal está formado exclusivamente por empresas capitalistas convencionales.

Este objetivo se verifica si, manteniendo el resto de las variables que explican el precio final en uno u otro canal de distribución, se cumple que:

- 1.- El precio de venta del producto j-ésimo por la sociedad cooperativa como intermediario i-ésimo en el canal de distribución es menor o igual al precio de venta fijado para ese mismo producto por una empresa capitalista convencional que actuara en el mismo escalón del canal de distribución que la sociedad cooperativa⁵³¹. Es decir:

$$p_{i=SC,j}^t \leq p_{i=EC,j}^t \quad \forall j \in \{1,m\}$$

Donde todos los símbolos son conocidos.

y

- 2.- Los márgenes comerciales netos unitarios aplicados por los intermediarios situados entre la sociedad cooperativa y el consumidor final, en caso de haberlos, no se incrementan como consecuencia de la posible reducción del precio de venta de los productos que la sociedad cooperativa vende a esos intermediarios. Es decir:

⁵³¹ La formación del precio de venta de los productos por una sociedad cooperativa cuando participa en un canal de distribución se analiza en el epígrafe 2.3.3.2.3. La política de establecimiento de los márgenes comerciales netos unitarios de la sociedad cooperativa, pp. 189-197.

$$\alpha_{ij}^t = (\alpha_{ij}^t)', \quad \forall i \in \{i+1, n\}$$

$$\forall j \in \{1, m\}$$

ocupando el escalón i-ésimo la sociedad cooperativa.

Donde:

α_{ij}^t : margen comercial neto unitario aplicado por el intermediario i-ésimo, sea cual sea su forma jurídica, al producto j-ésimo cuando en el canal de distribución del producto j-ésimo en el período t-ésimo participa, al menos, una sociedad cooperativa, que ocupa el escalón i-ésimo; calculado sobre el precio de coste o sobre el precio de venta del producto.

$(\alpha_{ij}^t)'$: margen comercial neto unitario aplicado por el intermediario i-ésimo, sea cual sea su forma jurídica, al producto j-ésimo cuando en el canal de distribución del producto j-ésimo en el período t-ésimo no participa una sociedad cooperativa; calculado sobre el precio de coste o sobre el precio de venta del producto.

Para que cumpliéndose la primera condición, analizada más arriba, los consumidores finales obtengan una reducción del precio de los productos que adquieren cuando, al menos, una sociedad cooperativa participa como intermediario i-ésimo en un canal de distribución. Esto es:

Si se verifica que:

$$\bullet \text{ } pv_{i=SC,j}^t \leq pv_{i=EC,j}^t \quad \forall j \in \{1, m\}$$

y

$$\bullet \alpha_{ij}^t = (\alpha_{ij}^t)', \quad \forall i \in \{i+1, n\}$$

$$\forall j \in \{1, m\}$$

Entonces, se ha cumplir que:

$$pv_{n=SC,j}^t \leq pv_{n=EC,j}^t \quad \forall j \in \{1,m\}$$

Es necesario señalar que en el caso de que el último escalón del canal de distribución lo ocupe una sociedad cooperativa de consumidores finales⁵³², el precio de venta unitario de los productos por la sociedad cooperativa es el precio de venta unitario final de los mismos; es decir:

$$pv_{i=SC,j}^t = pv_{n=SC,j}^t \quad \forall j \in \{1,m\}$$

Por tanto, en el Estado español, los consumidores finales no socios se benefician en la misma medida que los socios debido a que la legislación en materia de sociedades cooperativas estipula que “los precios de los suministros y servicios prestados por la Cooperativa a usuarios no socios serán los mismos que los establecidos por ésta para los socios...”⁵³³.

2.3.3.2.3. La política de establecimiento de los márgenes comerciales netos unitarios de la sociedad cooperativa.

En este epígrafe se analiza la formación del precio de los productos que produce y/o distribuye una sociedad cooperativa con base en el margen comercial neto unitario aplicado, que depende de la consecución de los objetivos planteados más arriba; para ello, se diferencia entre sociedades cooperativas de proveedores y de consumidores.

⁵³² Que es la única posibilidad en el planteamiento que se presenta aquí.

⁵³³ ESPAÑA: LEY 3/1987..., *opus cit.*, artículo 128.2.

2.3.3.2.3.1. La formación del precio de los
productos que distribuye una sociedad
cooperativa de proveedores.

El precio de venta de los productos que la sociedad cooperativa de proveedores que ocupa el escalón i -ésimo del canal de distribución produce y/o distribuye a otro(s) intermediario(s) del canal o a los consumidores finales depende de la valoración que hagan los socios a sus aportaciones como proveedores a los flujos reales de la sociedad cooperativa.

Así pues, partiendo de la siguiente expresión⁵³⁴:

$$EOSDI_{i=SC}^t = EOSAI_{i=SC}^t - I_{i=SC}^t = 0$$

descomponiéndola y sustituyendo el coste variable unitario por sus componentes:

$$\sum_{j=1}^m V_{i=SC,j}^t [pv_{i=SC,j}^t - cv(mat(S))_{i=SC,j}^t - cv(mat(T))_{i=SC,j}^t - cv(mod)_{i=SC,j}^t - \\ - cv(ggt)_{i=SC,j}^t - cv(ggd)_{i=SC,j}^t] - CF_{i=SC}^t - I_{i=SC}^t = 0 \quad \forall j \in \{1,m\}$$

⁵³⁴ Ver el epígrafe 2.3.3.2.2.1. Los socios de la sociedad cooperativa han de recibir la máxima riqueza a través de la rentabilidad financiera y económica, pp. 178-186.

O lo que es lo mismo:

$$\begin{aligned}
\sum_{j=1}^m V_{i=SC,j}^t p v_{i=SC,j}^t &= \sum_{j=1}^m V_{i=SC,j}^t \frac{\sum_{j=1}^m \text{mat}(S)_{i=SC,j}^t p \text{mat}(S)_{i=SC,j}^t}{\sum_{j=1}^m \text{mat}(S)_{i=SC,j}^t} + \\
&= \sum_{j=1}^m V_{i=SC,j}^t \text{cv}(\text{mat}(T))_{i=SC,j}^t + \sum_{j=1}^m V_{i=SC,j}^t \text{cv}(\text{mod})_{i=SC,j}^t + \\
&\quad + \sum_{j=1}^m V_{i=SC,j}^t \text{cv}(\text{ggt})_{i=SC,j}^t + \sum_{j=1}^m V_{i=SC,j}^t \text{cv}(\text{ggd})_{i=SC,j}^t + \\
&\quad + CF_{i=SC}^t + I_{i=SC}^t \quad \forall j \in \{1, m\}
\end{aligned}$$

Donde todos los símbolos son conocidos.

El precio unitario de los bienes y servicios entregados por los socios a la sociedad cooperativa, que ocupa el escalón i-ésimo del canal de distribución, es la variable sobre la que pueden decidir democráticamente su valor (al menos en última instancia). Y dependiendo del valor establecido se puede fijar el margen comercial neto unitario aplicado a los productos que produce y/o distribuye la sociedad cooperativa.

Partiendo que los socios pretenden conseguir⁵³⁵:

$$\text{máx. } p \text{mat}(S)_{i=SC,j}^t \quad \forall j \in \{1, m\}$$

o lo que es lo mismo:

$$\text{máx. } \text{cv}(\text{mat}(S))_{i=SC,j}^t \quad \forall j \in \{1, m\}$$

⁵³⁵ Ver el epígrafe 2.3.3.2.2.1.2.1. La rentabilidad económica del socio de una sociedad cooperativa de proveedores, pp. 180-185.

El margen comercial neto unitario aplicado por la sociedad cooperativa de proveedores a los productos que produce y/o distribuye depende (para que la participación de, al menos, una sociedad cooperativa en un canal de distribución mejore su funcionamiento desde el punto de vista del precio⁵³⁶) del precio de coste; es decir, está en función de la rentabilidad económica de los socios, ya que el precio de coste incorpora entre sus componentes el coste variable unitario del consumo de los bienes y servicios entregados por los socios a la sociedad cooperativa de proveedores. Esto es:

$$pc_{i=SC,j}^t = cv(mat(S))_{i=SC,j}^t + cv(mat(T))_{i=SC,j}^t + cv(mod)_{i=SC,j}^t + cv(ggt)_{i=SC,j}^t + \\ + cv(ggd)_{i=SC,j}^t + \frac{CF_{i=SC}^t}{\sum_{j=1}^m V_{i=SC,j}^t} \quad \forall j \in \{1,m\}$$

Los márgenes comerciales netos unitarios aplicados por la sociedad cooperativa de proveedores han de ser:

1.- Si se calculan con base en el precio de coste del producto j-ésimo:

$$pv_{i=SC,j}^t = pc_{i=SC,j}^t (1 + \alpha(pc)_{i=SC,j}^t) \leq pv_{i=EC,j}^t = pc_{i=EC,j}^t (1 + \alpha(pc)_{i=EC,j}^t)$$

con:

A.-

$$pc_{i=SC,j}^t = pc_{i=EC,j}^t \quad \forall j \in \{1,m\}$$

Por tanto, se ha de cumplir que:

$$\alpha(pc)_{i=SC,j}^t \leq \alpha(pc)_{i=EC,j}^t \quad \forall j \in \{1,m\}$$

⁵³⁶ Ver el epígrafe 2.3.3.2.2.2. La mejora del funcionamiento del canal desde el punto de vista de los consumidores, pp. 186-189.

⁵³⁷ Como manifestación de una retribución de los socios proveedores, por su aportación al proceso de producción, igual que la que obtendrían si fueran proveedores de una empresa capitalista convencional.

o

B.-

$$pc_{i=SC,j}^t > pc_{i=EC,j}^t \quad \forall j \in \{1,m\} \quad ^{538}$$

Por tanto, se ha de verificar:

$$\alpha(pc)_{i=SC,j}^t < \alpha(pc)_{i=EC,j}^t \quad \forall j \in \{1,m\}$$

o

C.-

$$pc_{i=SC,j}^t < pc_{i=EC,j}^t \quad \forall j \in \{1,m\} \quad ^{539}$$

Por tanto:

$$\alpha(pc)_{i=SC,j}^t >/< \alpha(pc)_{i=EC,j}^t \quad \forall j \in \{1,m\}$$

g, alternatively,

2.- Si se calculan con base en el precio de venta del producto j-ésimo

$$pv_{i=SC,j}^t = \frac{pc_{i=SC,j}^t}{(1 - \alpha(pv)_{i=SC,j}^t)} \leq pv_{i=EC,j}^t = \frac{pc_{i=EC,j}^t}{(1 - \alpha(pv)_{i=EC,j}^t)}$$

con:

⁵³⁸ Como manifestación de una retribución de los socios proveedores, por su retribución al proceso de producción, mayor que la que obtendrían si fueran proveedores de una empresa capitalista convencional de la que no son socios.

⁵³⁹ Como manifestación de una retribución de los socios proveedores, por su retribución al proceso de producción, menor que la que obtendrían si fueran proveedores de una empresa capitalista convencional.

A.-

$$pc_{i=SC,j}^t = pc_{i=EC,j}^t \quad \forall j \in \{1,m\} \quad ^{540}$$

Por tanto, se ha de cumplir que:

$$\alpha(pv)_{i=SC,j}^t \leq \alpha(pv)_{i=EC,j}^t \quad \forall j \in \{1,m\}$$

o

B.-

$$pc_{i=SC,j}^t > pc_{i=EC,j}^t \quad \forall j \in \{1,m\} \quad ^{541}$$

Por tanto, se ha de verificar:

$$\alpha(pv)_{i=SC,j}^t < \alpha(pv)_{i=EC,j}^t \quad \forall j \in \{1,m\}$$

o

C.-

$$pc_{i=SC,j}^t < pc_{i=EC,j}^t \quad \forall j \in \{1,m\} \quad ^{542}$$

Por tanto:

$$\alpha(pv)_{i=SC,j}^t >/< \alpha(pv)_{i=EC,j}^t \quad \forall j \in \{1,m\}$$

Donde todos los símbolos son conocidos, con la salvedad de que el intermediario i-ésimo es una sociedad cooperativa cuando i=SC o es una empresa capitalista convencional cuando i=EC.

⁵⁴⁰ Como manifestación de una retribución de los socios proveedores, por su aportación al proceso de producción, igual que la que obtendrían si fueran proveedores de una empresa capitalista convencional.

⁵⁴¹ Como manifestación de una retribución de los socios proveedores, por su retribución al proceso de producción, mayor que la que obtendrían si fueran proveedores de una empresa capitalista convencional de la que no son socios.

⁵⁴² Como manifestación de una retribución de los socios proveedores, por su retribución al proceso de producción, menor que la que obtendrían si fueran proveedores de una empresa capitalista convencional.

2.3.3.2.3.2. La formación del precio de los
productos que distribuye una sociedad
cooperativa de consumidores.

Los socios de una sociedad cooperativa de consumidores adquieren productos para su propio consumo o para su producción y/o distribución posterior a otros intermediarios del canal de distribución o a los consumidores finales.

Partiendo de:

$$\begin{aligned} \text{EOSDI}_{i=\text{SC}}^t &= \text{EOSAI}_{i=\text{SC}}^t - I_{i=\text{SC}}^t = \\ &= \sum_{j=1}^m V_{i=\text{SC},j}^t (pv_{i=\text{SC},j}^t - cv_{i=\text{SC},j}^t) - CF_{i=\text{SC}}^t - I_{i=\text{SC}}^t = 0 \end{aligned}$$

O lo que es lo mismo:

$$\sum_{j=1}^m V_{i=\text{SC},j}^t pv_{i=\text{SC},j}^t = \sum_{j=1}^m V_{i=\text{SC},j}^t cv_{i=\text{SC},j}^t + CF_{i=\text{SC}}^t + I_{i=\text{SC}}^t$$

El precio de venta unitario de los productos que los socios adquieren es la variable sobre la que pueden decidir democráticamente su valor (al menos en última instancia); y dependiendo de éste se fija el margen comercial neto unitario que la sociedad cooperativa de consumidores, que ocupa el escalón *i*-ésimo del canal de distribución, ha de aplicar a los productos que produce y/o distribuye.

Los márgenes comerciales netos unitarios aplicados a los productos que produce y/o distribuye la sociedad cooperativa de consumidores dependen de la rentabilidad económica de los socios; es decir, los márgenes comerciales netos unitarios han de intentar mínimo el precio de venta de los productos para hacer máxima la rentabilidad

económica de los socios⁵⁴³ y, al mismo tiempo, mejorar el funcionamiento del canal de distribución desde el punto de vista del precio⁵⁴⁴.

Esto es:

- 1.- Si los márgenes comerciales netos unitarios se calculan con base en el precio de coste del producto j-ésimo:

$$pv_{i=SC,j}^t = pc_{i=SC,j}^t (1 + \alpha(pc)_{i=SC,j}^t) \leq pv_{i=EC,j}^t = pc_{i=EC,j}^t (1 + \alpha(pc)_{i=EC,j}^t)$$

con:

A.-

$$pc_{i=SC,j}^t \leq pc_{i=EC,j}^t \quad \forall j \in \{1,m\}$$

Por tanto, se ha de cumplir que:

$$\alpha(pc)_{i=SC,j}^t < \alpha(pc)_{i=EC,j}^t \quad \forall j \in \{1,m\}$$

o

B.-

$$pc_{i=SC,j}^t > pc_{i=EC,j}^t \quad \forall j \in \{1,m\}$$

Por tanto:

$$\alpha(pc)_{i=SC,j}^t \leq \alpha(pc)_{i=EC,j}^t \quad \forall j \in \{1,m\}$$

o, alternativamente,

⁵⁴³ Ver el epígrafe 2.3.3.2.2.1.2.2. La rentabilidad económica del socio de una sociedad cooperativa de consumidores, pp. 185-186.

⁵⁴⁴ Ver el epígrafe 2.3.3.2.2.2. La mejora del funcionamiento del canal desde el punto de vista de los consumidores finales, pp. 186-189.

2.- Si los márgenes comerciales netos unitarios se calculan con base en el precio de venta del producto j-ésimo

$$pv_{i=SC,j}^t = \frac{pc_{i=SC,j}^t}{(1 - \alpha(pv)_{i=SC,j}^t)} \leq pv_{i=EC,j}^t = \frac{pc_{i=EC,j}^t}{(1 - \alpha(pv)_{i=EC,j}^t)}$$

con:

A.-

$$pc_{i=SC,j}^t \leq pc_{i=EC,j}^t \quad \forall j \in \{1,m\}$$

Por tanto, se ha de cumplir que:

$$\alpha(pv)_{i=SC,j}^t < \alpha(pv)_{i=EC,j}^t \quad \forall j \in \{1,m\}$$

o

B.-

$$pc_{i=SC,j}^t > pc_{i=EC,j}^t \quad \forall j \in \{1,m\}$$

Por tanto:

$$\alpha(pv)_{i=SC,j}^t \leq \alpha(pv)_{i=EC,j}^t \quad \forall j \in \{1,m\}$$

Donde todos los símbolos son conocidos.

*LA CONCENTRACIÓN ECONÓMICO-EMPRESARIAL DE LAS
SOCIEDADES COOPERATIVAS A TRAVÉS DE LAS ACTIVIDADES DE
DISTRIBUCIÓN DE LOS PRODUCTOS*

3. La concentración económico-empresarial de las sociedades cooperativas a través de las actividades de distribución de los productos.

En este epígrafe, se pretenden analizar los diversos aspectos que configuran el fenómeno de la concentración económico-empresarial de manera genérica, en lo que afecta a la distribución de los productos, y de manera específica, en cuanto a las peculiaridades de las sociedades cooperativas como empresas de participación.

3.1. El concepto de concentración económico-empresarial.

La concentración de empresas es un “proceso de reducción progresiva del número de empresas o unidades de producción independientes (o de su grado de autonomía decisional) y de aumento de tamaño de las que le suceden, o concentración económica por el lado de la oferta...”⁵⁴⁵.

3.2. Análisis de las necesidades de las sociedades cooperativas para entrar en procesos genéricos de concentración económico-empresarial.

Las sociedades cooperativas necesitan acometer procesos de concentración económico-empresarial para ser capaces de competir en el mercado, en igualdad de condiciones con el resto de empresas capitalistas convencionales.

Las necesidades se clasifican en genéricas y específicas y, a su vez, en internas y externas; es decir, en aquellas que tienen que ver con la configuración específica de las sociedades cooperativas, y en aquellas otras que provienen del entorno en el que las sociedades cooperativas desarrollan su actividad de distribución de productos.

⁵⁴⁵ A.S. SUÁREZ SUÁREZ: **Diccionario de economía y administración**, McGraw-Hill Interamericana, Madrid, 1995, p. 69.

3.2.1. Las necesidades genéricas.

3.2.1.1. Las necesidades genéricas internas.

Las necesidades genéricas internas de las sociedades cooperativas para entrar en procesos de concentración son dos: la regla empresarial de crecimiento y la consecución de sinergias empresariales.

3.2.1.1.1. La regla empresarial del crecimiento.

3.2.1.1.1.1. El concepto de la regla empresarial del crecimiento⁵⁴⁶.

El crecimiento es una regla empresarial y de comportamiento que supone un proceso de expansión de la empresa, interno y externo, cuyo cumplimiento facilita su supervivencia.

La concentración económico-empresarial, es decir, la formación de grupos o unidades de mayor tamaño es la consecuencia de la prolongación de la regla empresarial del crecimiento.

3.2.1.1.1.2. Las limitaciones a la regla empresarial del crecimiento en las sociedades cooperativas⁵⁴⁷.

3.2.1.1.1.2.1. El número de socios.

La empresa crece de manera interna mediante la ejecución de inversiones productivas⁵⁴⁸, para llegar a conseguir la dimensión óptima; que en el caso de la sociedad cooperativa está en función del número de socios⁵⁴⁹.

⁵⁴⁶ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ, C.: *La concentración económico-empresarial (los conglomerados)...*, *opus cit.*, p. 422.

⁵⁴⁷ *Ibidem*.

⁵⁴⁸ M. MENGUZZATO; J.J. RENAÚ: *La dirección estratégica de la empresa. Un enfoque innovador del management (sic)*, Ariel, Barcelona, 1992, p. 279.

⁵⁴⁹ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *La economía social...*, *opus cit.*, p. 204.

El número de socios en una sociedad cooperativa es variable debido al principio cooperativo de puertas abiertas, y tiene consecuencias sobre los tres tipos de flujos que conforman la sociedad cooperativa:

- a.- Sobre los flujos reales, es decir, sobre la actividad cooperativizada, que puede provocar una falta o un exceso de suministros y/o consumo de productos.
- b.- Sobre los flujos financieros, por la posible descapitalización de la sociedad cooperativa, en el caso de la salida de socios⁵⁵⁰.
- c.- Sobre los flujos informativo-decisionales, debido a que un número muy elevado de socios puede diluir la participación democrática en el proceso de toma de decisiones⁵⁵¹.

3.2.1.1.1.2.2. La limitación de la actividad de la sociedad cooperativa con terceros no socios.

La actividad de la sociedad cooperativa se encuentra limitada por la legislación en materia de sociedades cooperativas, en lo que se refiere a las operaciones que puede realizar con terceros no socios. Las limitaciones de este tipo de operaciones, según el tipo de sociedad cooperativa, se contienen en el siguiente cuadro.

⁵⁵⁰ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *Estudio del régimen económico...*, *opus cit.*, pp. 221-222.

⁵⁵¹ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *La economía social...*, *opus cit.*, p. 204.

Tipo de sociedad cooperativa según la legislación	Límite de las operaciones con terceros no socios
Trabajo asociado ⁵⁵²	“El número de trabajadores asalariados en la Cooperativa con contrato por tiempo indefinido no podrá ser superior al 10 por 100 del total de socios”.
Consumidores y Usuarios ⁵⁵³	“Las Cooperativas de Consumidores y Usuarios,..., podrán suministrar y servir a los no socios en los casos siguientes: a) Cuando lo hagan por acuerdo de autoridad competente por motivo de utilidad pública. b) A los Entes públicos. c) En cada nuevo punto de venta que abra la Cooperativa, por un período de nueve meses desde la fecha en que inicie las ventas en el mismo. d) Cuando la Cooperativa expresamente establezca esta posibilidad en sus Estatutos.
Viviendas ⁵⁵⁴	“Las Cooperativas de viviendas podrán enajenar o arrendar a terceros, no socios, los locales comerciales y las instalaciones y edificaciones complementarias de su propiedad...”.
Agrarias ⁵⁵⁵	“a) ..., en cada ejercicio económico, hasta un 5 por 100, cuantificado, dicho porcentaje, independientemente para cada una de las actividades en que la Cooperativa utilice productos agrarios a terceros. b) Si lo prevén los Estatutos, el porcentaje máximo, en cada ejercicio económico, podrá alcanzar hasta un 40 por 100, sobre las bases obtenidas conforme a lo establecido en el apartado anterior...”.
Explotación comunitaria de la tierra ⁵⁵⁶	“... hasta un 5 por 100 en cada ejercicio económico, cuantificado, dicho porcentaje, independientemente para cada una de las actividades en que la Cooperativa utilice productos consumo”.
Servicios ⁵⁵⁷	“..., podrán realizar actividades y servicios cooperativizados con terceros no socios, hasta un 10 por 100 del volumen total de actividad cooperativizada con sus socios”.
Mar ⁵⁵⁸	El mismo que para las sociedades cooperativas agrarias, pero referido a productos de pesca.
Crédito ⁵⁵⁹	“En cualquier caso, el conjunto de las operaciones activas con terceros de una Cooperativa de Crédito no podrá alcanzar el 50 por 100 de los recursos totales de la Entidad”.

Cuadro 3.1.
Las operaciones de las sociedades cooperativas con terceros no socios.

Esta limitación puede provocar una falta o un exceso de productos que la sociedad cooperativa transforma y/o distribuye.

⁵⁵² ESPAÑA: LEY 3/1987..., *opus cit.*, artículo 118.7.

⁵⁵³ *Ibid.*, artículo 128.1.

⁵⁵⁴ *Ibid.*, artículo 129.4.

⁵⁵⁵ *Ibid.*, artículo 134.1.

⁵⁵⁶ *Ibid.*, artículo 135.3.

⁵⁵⁷ *Ibid.*, artículo 139.4.

⁵⁵⁸ *Ibid.*, artículo 141.3.

⁵⁵⁹ ESPAÑA: LEY 13/1989... ..., *opus cit.*, artículo 4.2.

3.2.1.1.1.3. Las estrategias de crecimiento.

El crecimiento de la empresa puede desarrollarse a través de dos tipos de estrategias: de expansión y de diversificación⁵⁶⁰.

3.2.1.1.1.3.1. La estrategia de expansión.

La estrategia de expansión puede desarrollarse a través de tres vías:

1.- La penetración en el mercado.

El crecimiento se basa en una intensificación del esfuerzo para incrementar la participación en el mercado actual de la empresa con los productos actuales.

2.- El desarrollo de productos.

En este caso, la empresa desarrolla productos nuevos dirigidos al mercado actual.

3.- El desarrollo del mercado.

La empresa se dirige a nuevos mercados con los productos actuales.

3.2.1.1.1.3.2. La estrategia de diversificación.

La estrategia de diversificación implica, con respecto a la estrategia de expansión, una mayor alteración de la estructura de la empresa, debido a que ésta desarrolla nuevos productos para nuevos mercados.

Las formas de diversificación son:

1.- Horizontal.

La empresa desarrolla nuevos productos que dirige a mercados similares a los tradicionales.

⁵⁶⁰ I. ANSOFF: **Corporate Strategy**, McGraw-Hill, New York, 1965.

2.- Vertical.

Se produce una ampliación del proceso productivo, sobre los mismos productos y mercados de la empresa.

3.- Concéntrica.

La empresa se dirige a mercados de naturaleza similar a los tradicionales con nuevos productos.

4.- Conglomerada.

La empresa desarrolla nuevos productos con tecnología diferente a la utilizada y se dirige a mercados de naturaleza nueva.

3.2.1.1.2. La consecución de sinergias empresariales.

3.2.1.1.2.1. El concepto de sinergia.

El objetivo de la concentración económico-empresarial es la obtención de sinergias empresariales; esto es, que el valor de la empresa que resulta de la concentración sea mayor que la suma de los valores de las empresas en concentración⁵⁶¹.

La obtención de sinergias positivas con base en los procesos de concentración empresarial "es una aspiración común a cualquier empresa, pero particularmente relevante en empresas con una pretensión de trascendencia por los valores de libertad, democracia y justicia que incorporan"⁵⁶².

⁵⁶¹ Sobre este aspecto puede verse:

I. ANSOFF: *Stratégie du Développement de l'Entreprise*, Les Editions d'Organisation, Paris, 1989, pp. 85-106.

D. CHOI; G.C. PHILIPPATOS: *An Examination of Merger Synergism*, **The Journal of Financial Research**, N. 6, Autumn, 1983, pp. 239-256.

⁵⁶² C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *La concentración económico-empresarial (los conglomerados)...*, *opus cit.*, p. 431.

3.2.1.1.2.2. La medición de la sinergia.

La confirmación del efecto sinérgico puede realizarse a través de varios indicadores. En las empresas capitalistas convencionales este efecto se mide a través del valor de mercado de las acciones, debiendo ser tal valor, tras la concentración, superior a los valores de las acciones de cada empresa independientemente⁵⁶³.

La valoración del efecto sinérgico a través del valor de mercado de las acciones, requiere que⁵⁶⁴:

- Las empresas sean sociedades anónimas.
- Las empresas coticen en el mercado de valores.
- El mercado de valores sea eficiente y capaz de descontar adecuadamente la sinergia de la concentración.

En el caso de la sociedad cooperativa, tales requisitos no se pueden verificar, debido a que el capital social no está representado mediante títulos valores, y por tanto, la sociedad cooperativa no puede cotizar en el mercado de valores.

La expectativa de sinergia en la concentración económico-empresarial de las sociedades cooperativas "hay que referirla a la expectativa de mejores resultados (económicos y financieros), tácitos o explícitos, de los propios decisores"⁵⁶⁵.

"En todo caso, la sinergia es una entelequia. No se puede comprobar de antemano, por más estimaciones precisas que se quieran hacer"⁵⁶⁶.

⁵⁶³ J. MASCAREÑAS PÉREZ-IÑIGO (Coord. y Direct.): **Manual de fusiones y adquisiciones empresariales**, McGraw-Hill, Madrid, 1993, p. 2.

⁵⁶⁴ R. BREALEY; S. MYERS: **Fundamentos de financiación empresarial**, McGraw-Hill Interamericana, Madrid, 1991, pp. 785-790.

C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *La concentración económico-empresarial (los conglomerados)...*, *opus cit.*, p. 426.

⁵⁶⁵ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *La concentración económico-empresarial (los conglomerados)...*, *opus cit.*, p. 426.

⁵⁶⁶ *Ibidem*.

Los efectos positivos del efecto sinérgico en cada uno de los flujos que conforman la sociedad cooperativa son, sin ánimo de exhaustividad⁵⁶⁷:

1.- Los efectos sobre los flujos informativo-decisionales.

Los efectos sinérgicos sobre estos flujos no son cuantificables.

Se pretende conseguir un mejor funcionamiento de la estructura orgánica y administrativa de la sociedad cooperativa, es decir:

- Un incremento de la profesionalidad de los asalariados y de los directores.
- Una reducción de los conflictos entre la estructura orgánica y la administrativa.
- Un aumento de la formación de los participantes, tanto socios como no socios.
- Una mejor reorganización administrativa de la sociedad cooperativa a través de la creación de secciones.

2.- Los efectos sobre los flujos reales.

El efecto de la sinergia sobre los flujos reales y financieros de la sociedad cooperativa son cuantificables.

La sinergia positiva en lo que se refiere a los flujos reales se manifiesta en:

- El incremento del volumen de producción, así como, la diversificación de la misma.
- El incremento de la participación en el mercado a través de un aumento de las ventas.
- La mejora de la estructura productiva y comercial.
- La reducción de los costes de transformación y/o distribución.
- La reducción del coste de los factores productivos.
- La reducción del precio de venta de los productos.
- El aumento de la calidad de los productos.

⁵⁶⁷ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *El problema...*, *opus cit.*, pp. 89-90.

En definitiva, el efecto positivo de la sinergia en los flujos reales se traduce en un aumento de la rentabilidad económica de los socios, es decir:

- El aumento del precio de los bienes y servicios que los socios aportan a la sociedad cooperativa de proveedores.
- La disminución del precio de los productos que los socios adquieren a la sociedad cooperativa de consumidores.

3.- Los efectos sobre los flujos financieros.

La sinergia positiva sobre los flujos financieros ha de ser medida en términos de rentabilidad. El incremento de la rentabilidad financiera se produce a través de:

- La mayor facilidad para obtener financiación externa, con una reducción de su coste, debido a las economías de escala y a la imperfección del mercado de capitales⁵⁶⁸.
- El incremento de inversiones productivas, como consecuencia del aumento de los recursos financieros.
- La reducción de los riesgos financieros y/o económicos.

3.2.1.2. Las necesidades genéricas externas.

Los cambios en el entorno en el que las empresas, y por ende las sociedades cooperativas, desarrollan su actividad, provoca la necesidad de entrar en procesos de concentración económico-empresarial⁵⁶⁹.

⁵⁶⁸ X. VIVES: *Conceptos y evidencia preliminar*, en VIVES, X.; GUAL, J. (Direc. y Coord.): **Concentración empresarial y competitividad: España en la CEE**, Ariel, Barcelona, 1990, pp. 23-52, p. 25.

⁵⁶⁹ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *La concentración económico-empresarial (los conglomerados)...*, *opus cit.*, p. 423.

Entre los aspectos que caracterizan el entorno socio-económico en el ámbito de la distribución de productos, caben destacar: la globalización de la economía, los cambios tecnológicos y los cambios en los hábitos de los consumidores.

3.2.1.2.1. La globalización de la economía.

La globalización de la economía con la destrucción de barreras comerciales y la implantación de sistemas económicos cada vez más amplios⁵⁷⁰, ha provocado una "transformación de los mercados, desde posiciones proteccionistas y de mínima competencia interna hacia un mercado abierto, con una importante rivalidad interior y exterior..."⁵⁷¹.

Esta internacionalización, en el ámbito de las empresas afecta al marco competitivo⁵⁷², produciéndose procesos de concentración a través de integración horizontal y/o vertical de los miembros de los canales de distribución de los productos. Estos procesos de concentración han provocado:

- Un mayor poder de los distribuidores frente a los fabricantes, que ha dado lugar al desarrollo de las marcas de distribución⁵⁷³, para intentar controlar los mercados de consumo⁵⁷⁴.
- La diversificación horizontal que supone la incorporación a la actividad financiera de las empresas, a través del desarrollo de tarjetas propias de los minoristas y de la venta de productos financieros como los seguros⁵⁷⁵.

⁵⁷⁰ *Ibid.*, p. 424.

⁵⁷¹ J. ALONSO RIVAS; I. CRUZ ROCHE: *Cambios en la estrategia comercial...*, *opus cit.*, p. 230.

⁵⁷² J. TRESPALACIOS GUTIÉRREZ: *El mercado único europeo y su repercusión en la distribución comercial. El caso de España*, *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, V. 1, N. 1, abril, 1992, pp. 35-42.

⁵⁷³ Para un estudio de las marcas de distribuidor puede verse:

J.A. PUELLES; T. SERRA: *Las marcas de distribución en el mercado de alimentación*, *Distribución y Consumo*, N. 14, Año 4, febrero-marzo, 1994, pp. 97-105.

⁵⁷⁴ J.M. MÚGICA GRIJALBA: *El futuro de la distribución minorista. Tendencias en formas comerciales y estrategias empresariales*, *Distribución y Consumo*, N. 22, Año 5, junio-julio, 1995, pp. 8-19, p. 15.

⁵⁷⁵ J. CASARES RIPOL: *Distribución comercial nueva en un mundo nuevo. Formas de competencia*, *Distribución y Consumo*, N. 12, Año 3, octubre-noviembre, 1993, pp. 10-17.

- La reducción del número de establecimientos tradicionales y el incremento de los de régimen de libre servicio: autoservicios, supermercados e hipermercados, sobre todo en el sector de la alimentación⁵⁷⁶.

3.2.1.2.2. Los cambios tecnológicos.

Las innovaciones tecnológicas en el ámbito de la información y de la microelectrónica, han provocado cambios en la distribución comercial, en lo que se refiere a⁵⁷⁷:

- La automatización de las operaciones comerciales a través de los lectores ópticos, sobre la base de los códigos de barras, y de los sistemas informatizados para la gestión de la superficie de venta⁵⁷⁸.
- La introducción de nuevas formas de venta directa al hogar a través del videotexto.

3.2.1.2.3. Los cambios en los hábitos de los consumidores⁵⁷⁹.

El cambio en los hábitos de los consumidores ha provocado la modificación de la actividad comercial de las empresas, para adaptarse a las necesidades de nuevos productos y a la demanda de nuevos servicios comerciales⁵⁸⁰.

⁵⁷⁶ J. ALONSO RIVAS; I. CRUZ ROCHE: *Cambios en la estrategia comercial...*, *opus cit.*, p. 232.

⁵⁷⁷ J. CASARES RIPOL; P. MUÑOZ GALLEGOS; A. REBOLLO ARÉVALO: *La distribución comercial en España*, *Papeles de Economía Española*, N. 42, 1990, pp. 251-261.

⁵⁷⁸ Sobre estas formas de automatización de los servicios puede verse:
J.A. DOMÍNGUEZ MACHUCA (Coord y Direct.); M.J. ÁLVAREZ GIL; S. GARCÍA GONZÁLEZ; M.A. DOMÍNGUEZ MACHUCA; A. RUIZ JIMÉNEZ: *Dirección de operaciones. Aspectos estratégicos en la producción y los servicios*, McGraw-Hill Interamericana, Madrid, 1995, pp. 361-362.

⁵⁷⁹ Sobre este aspecto ver el epígrafe 2.3.3.1.1. La influencia de los hábitos de los consumidores en la distribución de los productos, pp. 139-141.

⁵⁸⁰ Para un estudio en profundidad sobre los servicios comerciales puede verse:
J. AZPIAZU; M. SEVILLA: *Demanda de servicios comerciales. Análisis de las preferencias de los consumidores*, *Distribución y Consumo*, N. 22, Año 5, junio-julio, 1995, pp. 24-39.

3.2.2. Las necesidades específicas: el principio cooperativo de intercooperación.

3.2.2.1. El concepto del principio cooperativo de intercooperación.

Los procesos de concentración económico-empresarial de las sociedades cooperativas están basadas en dos principios⁵⁸¹:

- El de crecimiento, aplicado por cualquier empresa.
- El de intercooperación, específico para las sociedades cooperativas.

El principio cooperativo de intercooperación pretende la colaboración entre las sociedades cooperativas para intentar mejorar el desarrollo de las mismas y los intereses de sus socios⁵⁸².

La obligación de la intercolaboración entre sociedades cooperativas no está limitada territorialmente, y pone de manifiesto la vocación cooperativa que trasciende al individuo a la búsqueda de los fines generales y universales⁵⁸³.

El principio de la intercooperación tiene un sentido finalista, debido a que pretende "la transformación de la Sociedad; no solo una adaptación del principio empresarial genérico de crecimiento"⁵⁸⁴.

Pero a parte de principio cooperativo, la intercooperación es "una estrategia específica - aunque no excluyente- de las empresas cooperativas; pero también es una meta, como objetivo intermedio, para un fin de mayor rango y de naturaleza cooperativa"⁵⁸⁵.

⁵⁸¹ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *La concentración económico-empresarial (los conglomerados)...*, *opus cit.*, pp. 435-436.

⁵⁸² INTERNATIONAL COOPERATIVE ALLIANCE: *The International Co-operative Alliance...*, *opus cit.*

⁵⁸³ A. MARTÍNEZ CHARTERINA: *Análisis de la integración...*, *opus cit.*, p. 24.

⁵⁸⁴ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *La concentración económico-empresarial (los conglomerados)...*, *opus cit.*, p. 436.

⁵⁸⁵ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *La concentración económico-empresarial...*, *opus cit.*, p. 218.

3.2.2.2. Los objetivos del principio cooperativo de intercooperación.

El principio de intercooperación planteado con base en un proyecto empresarial a través de las actividades de distribución de los productos, debe intentar conseguir los siguientes objetivos⁵⁸⁶:

3.2.2.2.1. La viabilidad económico-financiera del proyecto de concentración.

El proyecto de concentración económico-financiero entre sociedades cooperativas no tiene que tener como base la expectativa de sinergias y/o ganancias fundamentadas en supuestos de ayuda mutua; es decir, de apoyos de las sociedades cooperativas más fuertes a las más débiles; sino en la viabilidad económico-financiera del proyecto⁵⁸⁷.

3.2.2.2.2. El mantenimiento de los principios cooperativos.

El proceso de concentración económico-empresarial entre sociedades cooperativas puede ser conformado a través de fórmulas con o sin vinculación patrimonial; pero en cualquier caso se debe evitar el "riesgo de contaminación por otros valores ajenos, externos, y lo que es más importante, contrarios a los específicos de las sociedades cooperativas, los que las diferencian y las caracterizan. Sin esos valores las sociedades cooperativas podrían llegar a ser útiles, e incluso eficientes para la sociedad pero no serían cooperativas, sino otra cosa"⁵⁸⁸.

⁵⁸⁶ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *La concentración económico-empresarial (los conglomerados)...*, *opus cit.*, pp. 430-432.

⁵⁸⁷ *Ibid.*, pp. 431-432.

⁵⁸⁸ *Ibid.*, p. 432.

3.2.2.2.3. La capacidad de influir en el entorno.

Las sociedades cooperativas, a través de la intercooperación, deben influir en el entorno en que desarrollan su actividad, es decir, en el mercado en el que operan.

"El mercado es el mejor sistema de asignación de los recursos escasos. Todos: los proveedores y los consumidores, deciden libremente. Es decir, es un sistema democrático de participación en las decisiones económicas"⁵⁸⁹.

La concentración económico-empresarial detrae "funciones al mercado, y tergiversa su funcionamiento como instrumento democrático de asignación y valoración de los bienes y servicios en libertad, ya que se concentra la producción y, por tanto, la oferta, de los mismos"⁵⁹⁰.

En esta situación, las sociedades cooperativas "contribuyen a restaurar la democracia económica, que viene siendo destruida desde que otras formas jurídicas de empresario basan la determinación de los objetivos que condicionan sus respectivos procesos de producción y distribución en la consideración -legal por más señas- de que el riesgo de perder los capitales invertidos en esos procesos es lo que legitima el establecimiento de aquéllos"⁵⁹¹.

3.3. Las limitaciones legales a los procesos de concentración económico-empresarial.

Los procesos de concentración económico-empresarial de las empresas, tanto de las cooperativas como de las capitalistas convencionales, están limitados por el entramado legislativo que pretende atenuar el efecto de la destrucción de la competencia.

⁵⁸⁹ *Ibíd.*, p. 426.

⁵⁹⁰ *Ibíd.*, p. 437.

⁵⁹¹ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *Las personas jurídicas...*, *opus cit.*, p. 64.

En el ámbito de la Unión Europea, el Tratado de Roma prohíbe "las distorsiones de la competencia provocadas por la acción de las empresas -bien sean acuerdos o abusos de posición dominante- como los causados por los Estados que les conceden ayudas públicas"⁵⁹²; estipulándose que "serán incompatibles con el mercado común y quedarán prohibidos todos los acuerdos entre empresas, las decisiones de asociaciones de empresas y las prácticas concertadas que puedan afectar al comercio entre los Estados miembros y que tengan por objeto o efecto impedir, restringir o falsear el juego de la competencia dentro del mercado común..."⁵⁹³.

La legislación de la Unión Europea estipula que se produce una operación de concentración entre empresas cuando:

- a.- Dos o más empresas se fusionen o cuando creen una empresa en común que tenga funciones económicas y no implique la coordinación del comportamiento competitivo de las empresas fundadoras entre sí⁵⁹⁴.
- b.- El volumen de negocios total, a nivel mundial, de todas las empresas afectadas supere los cinco mil millones de *ecus*⁵⁹⁵ o cuando, el volumen de negocios total, en la Unión Europea, de por lo menos dos de las empresas afectadas por la concentración supere los doscientos cincuenta millones de *ecus*⁵⁹⁶.

En el ámbito del Estado español, la Constitución Española de 1978 garantiza la libertad de las empresas en el marco de la economía de mercado⁵⁹⁷. Con la incorporación de España a la Unión Europea, se produce una adaptación legislativa, creando el Tribunal de Defensa de la Competencia, como órgano competente para la aplicación en España de

⁵⁹² C.D. EHLERMANN: *La política de competencia de la Comisión de las Comunidades Europeas y las empresas públicas y de economía social*, CIRIEC-España, N. 13, mayo, 1993, pp. 9-29, p. 15.

⁵⁹³ COMUNIDADES EUROPEAS: Tratado Constitutivo de la Comunidad Económica Europea, firmado en Roma el 25 de marzo de 1957, **Tratados Constitutivos de las Comunidades Europeas**, Bruselas, 1987, pp. 207-484, artículo 85.

⁵⁹⁴ COMUNIDADES EUROPEAS: REGLAMENTO (CEE) N. 4064/89 DEL CONSEJO, de 21 de diciembre de 1989, sobre el control de las operaciones de concentración entre empresas, **D.O.C.E.** N. L 395/1, del 30, artículo 3.

⁵⁹⁵ Antigua denominación de la moneda europea, que a partir del Consejo Europeo celebrado en Madrid, los días 15 y 16 de diciembre de 1995 se denomina *euro*.

⁵⁹⁶ COMUNIDADES EUROPEAS: REGLAMENTO (CEE) N. 4064/89..., *opus cit.*, artículo 1.

⁵⁹⁷ ESPAÑA: CONSTITUCIÓN ESPAÑOLA, *opus cit.*, artículo 38.

las normas sobre la competencia de la Unión Europea, contempladas en el Tratado de Roma⁵⁹⁸.

La legislación del Estado español en asuntos de competencia estipula que se produce una operación de concentración económica entre empresas, y debe ser notificada al Tribunal de Defensa de la Competencia para su aprobación, cuando⁵⁹⁹:

- a.- Se adquiriera o se incrementa una cuota igual o superior al veinticinco por ciento del mercado nacional, o de una parte sustancial del mismo, de un determinado producto.
- b.- La cifra de volumen de ventas global en España del conjunto de los partícipes supere en el último ejercicio contable la cantidad de veinte mil millones de pesetas.

El entramado legislativo en materia de sociedades cooperativas, tanto en el ámbito del Estado español como en el de las Comunidades Autónomas españolas, no está concebido para el desarrollo de procesos de concentración económica inter-sociedades cooperativas debido a:

- La concepción mutualista de las legislaciones, que "limita la posibilidad de algunas formas de concentración que no respondan a la fórmula jurídica de Sociedad Cooperativa"⁶⁰⁰.
- La confusión del marco legal debido a que "es reglamentista, está especializado, hecho a trozos, y en muchos casos es dependiente de otras normas de carácter civil y mercantil: no forma un cuerpo compacto"⁶⁰¹.

⁵⁹⁸ ESPAÑA: REAL DECRETO 1882/1986, de 29 de agosto, relativo a la aplicación de los artículos 85 y 86 del Tratado Constitutivo de la Comunidad Económica Europea de 25 de marzo de 1957, B.O.E. del 15 de septiembre, artículo 1.

⁵⁹⁹ ESPAÑA: LEY 16/1989..., *opus cit.*, artículo 14.

⁶⁰⁰ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *Precisiones...*, *opus cit.*, p. 158.

⁶⁰¹ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *La economía social...*, *opus cit.*, p. 201.

Por otro lado, la proliferación de leyes en materia de sociedades cooperativas en las Comunidades Autónomas españolas condiciona los procesos de concentración entre sociedades cooperativas debido a que⁶⁰²:

- Puede limitar su capacidad de operar dependiendo del ámbito geográfico.
- Procura una imagen débil respecto de otras formas de empresa con marcos legales uniformes.
- Pone de manifiesto la debilidad de las sociedades cooperativas, incapaces de imponerse para reclamar un marco legal único.

3.4. Los conglomerados de sociedades cooperativas.

En lo que sigue, se analiza la estructura y los factores que afectan a la formación de los conglomerados cooperativos a través de las actividades de distribución de los productos; así como, las repercusiones sobre los agentes que participan en el canal de distribución.

3.4.1. El concepto de conglomerado.

Un conglomerado empresarial "se compone de un conjunto diverso de compañías que son enteramente independientes excepto por la comunidad de recursos"⁶⁰³.

El conglomerado es "todo movimiento de diversificación que en función de sus características no pueda ser calificado de vertical y horizontal"⁶⁰⁴.

3.4.2. La formación de los conglomerados de sociedades cooperativas.

Los conglomerados cooperativos deben abarcar a sociedades cooperativas "de diferentes clases y grupos (de socios- proveedores y de socios-consumidores) formando unidades

⁶⁰² C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *Las personas jurídicas...*, *opus cit.*, p. 65.

⁶⁰³ S.P. ROBBINS: *Administración...*, *opus cit.*, p. 190.

⁶⁰⁴ J.J. DURÁN HERRERA: *La diversificación como estrategia empresarial. El conglomerado multinacional*, Pirámide, Madrid, 1977, p. 106.

mixtas que integren verticalmente y horizontalmente los correspondientes procesos de producción y distribución"⁶⁰⁵, para conseguir que las plusvalías que se produzcan queden retenidas en el sistema que ellas mismas forman.

Con base en lo anterior, la estructura del conglomerado conformaría una red de sociedades cooperativas estrechamente vinculadas a través de sistemas integrados de distribución, que producen y comercializan multitud de productos; siendo los conglomerados cooperativos una adaptación de los grupos empresariales japoneses (*keiretsu*)⁶⁰⁶ a la forma cooperativa.

En lo que sigue se analiza la formación de los conglomerados con base en dos aspectos: los sistemas integrados de distribución y las entidades financieras implicadas.

3.4.2.1. Los sistemas integrados de distribución a través de sociedades cooperativas.

3.4.2.1.1. El concepto de sistema integrado de distribución.

Un sistema integrado de distribución en un canal de distribución se produce cuando se realizan conjuntamente algunas o todas las actividades de algunos o todos los intermediarios que lo forman.

Un canal de distribución coordinado o estructura coordinada⁶⁰⁷ se opone a la convencional en la que los miembros en cada escalón del canal actúan independientemente del resto; llevándose a cabo la coordinación a través de la negociación⁶⁰⁸.

⁶⁰⁵ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *La concentración económico-empresarial (los conglomerados)...*, *opus cit.*, p. 431.

⁶⁰⁶ Para un análisis en profundidad de estos grupos empresariales puede verse:

M.L. GERLACH: **Alliance Capitalism. The Social Organization of Japanese Business**, University of California Press, Berkeley, 1992.

⁶⁰⁷ E.C. DÍEZ DE CASTRO; J.C. FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ: **Distribución...**, *opus cit.*, p. 72.

⁶⁰⁸ L.W. STERN; A.I. EL-ANSARY; J.R. BROWN: **Management in...**, *opus cit.*, p. 272.

3.4.2.1.2. Los tipos de sistemas integrados de distribución.

Hay dos sistemas integrados de distribución: los horizontales y los verticales⁶⁰⁹.

3.4.2.1.2.1. El sistema integrado de distribución horizontal.

3.4.2.1.2.1.1. El concepto de sistema integrado de distribución horizontal.

"Este tipo de sistema de distribución implica que dos o más empresas que actúan en el mismo nivel de intermediación en el canal, deciden unir sus esfuerzos, de forma temporal o permanente, para realizar acciones comunes, que de forma individual no podrían emprender"⁶¹⁰.

3.4.2.1.2.1.2. Los tipos de sistemas integrados de distribución horizontales.

Los sistemas integrados de distribución horizontales se puede formar de dos maneras⁶¹¹:

- Espacial. Los intermediarios que desarrollan su actividad en un mismo escalón del canal de distribución se agrupan en un establecimiento o lugar físico, asumiendo en común los servicios y las instalaciones del lugar donde se ubican.
- No espacial. Las empresas coordinan todas o algunas de sus actividades de distribución comercial a través de acuerdos o creando nuevas empresas.

⁶⁰⁹ Hay autores que los denominan sistemas verticales de marketing (*sic*) y sistemas horizontales de marketing (*sic*), respectivamente.

⁶¹⁰ E. MARTÍN ARMARIO: **Marketing**, *opus cit.*, p. 409.

⁶¹¹ J. BRIZ; P. MUÑOZ: *Tipología y análisis de los canales comerciales*, en CASARES, J. (Comp.); BRIZ, J.; REBOLLO, A.; MUÑOZ, P.: **La economía de la distribución comercial**, Ariel, Barcelona, 1987, pp. 71-93, p. 73.

3.4.2.1.2.1.3. Los objetivos del sistema integrado de distribución horizontal.

Los objetivos que se pretenden obtener con la formación de este sistema son⁶¹²:

- Ampliar la gama de productos producidos y/o distribuidos.
- Ampliar los mercados, con base en nuevas redes de distribución.
- Disminuir los costes de producción y/o distribución.
- Reducir la competencia.

3.4.2.1.2.2. El sistema integrado de distribución vertical.

3.4.2.1.2.2.1. El concepto de sistema integrado de distribución vertical.

Un sistema integrado de distribución vertical es un canal de distribución formado por una red central, dirigida profesionalmente, para conseguir economías tecnológicas, de dirección y de promoción a través de la integración, coordinación y sincronización de los flujos de distribución desde los puntos de producción a los de consumo⁶¹³.

El sistema integrado de distribución vertical se puede realizar en dos direcciones: hacia los consumidores o hacia los proveedores⁶¹⁴.

3.4.2.1.2.2.2. Los tipos de sistemas integrados de distribución verticales.

Los sistemas integrados de distribución verticales se pueden constituir de tres formas⁶¹⁵:

⁶¹² Con base en:

J.J. LAMBIN: *Marketing...*, *opus cit.*, p. 346.

⁶¹³ B.C. McCAMMON: *Perspectives for Distribution Programming*, en BUCKLIN, L.P. (Edit.): *Vertical Marketing Systems*, Scott Foreman, Glenview, Illinois, 1970, pp. 32-51, p. 43.

⁶¹⁴ J.J. LAMBIN: *Marketing...*, *opus cit.*, p. 345.

J. BRIZ; P. MUÑOZ: *Tipología y análisis...*, *opus cit.*, p. 75.

- 1.- Corporativa. Una empresa es propietaria de diferentes miembros en diferentes escalones del canal de distribución.
- 2.- Contractual. Las empresas en diferentes escalones del canal de distribución coordinan las actividades de distribución a través de contratos, conservando su independencia.
- 3.- Administrada. Las actividades en los diferentes escalones del canal de distribución son coordinadas por un miembro con poder económico, para influir en el comportamiento del resto de los miembros del canal.

3.4.2.1.2.2.3. Los objetivos del sistema integrado de distribución vertical.

Los objetivos que se pretenden conseguir con la formación de un sistema integrado de distribución vertical son⁶¹⁶:

- Una reducción de los costes de transacción⁶¹⁷.
- Un mayor control sobre el aprovisionamiento de materias primas, en el caso de integración vertical en dirección hacia los proveedores.

⁶¹⁵ Con base en:

B.C. McCAMMON: *Perspectives for...*, *opus cit.*.

J.M. MÚGICA GRIJALBA: *Las distintas formas de vinculación en los canales de comercialización como instrumentos de coordinación y control del proceso de distribución*, **Estudios sobre el Consumo**, N. 9, diciembre, 1986, pp. 15-21.

L.W. STERN; A.I. EL-ANSARY; J.R. BROWN: *Management in...*, *opus cit.*, pp. 269-301.

⁶¹⁶ Con base en:

R.D. BUZZELL: *¿Es rentable la integración vertical?*, **Deusto Business Review**, Vol. 7-9, N. 15, 1983, pp. 79-90.

S. GIL FEIXA: *El sector de la distribución: vínculos de integración vertical*, **Revista de Dirección, Organización y Administración de Empresas**, N. 10, abril-junio, 1994, pp. 11-16.

J.J. LAMBIN: *Marketing...*, *opus cit.*, p. 345.

P. MILGROM; J. ROBERTS: *Economía, organización...*, *opus cit.*, pp. 655-661.

J.M. MÚGICA GRIJALBA: *Procesos de integración vertical y de estabilización de las relaciones en los canales de comercialización*, **Distribución y Consumo**, N. 30, Año 6, octubre-noviembre, 1996, pp. 31-41.

S. SEGAL-HORN; J. MCGEE: *Strategies to Cope with Retailer Buying Power*, en PELLEGRINI, L.; REDDY, S.K. (Edit.): **Retail and Marketing Channels**, Routledge, London, 1989, pp. 24-48, pp. 38-39.

⁶¹⁷ Para un estudio en profundidad ver:

O.E. WILLIAMSON: **Markets and Hierarchies. Analysis and Antitrust Implications**, The Free Press, New York, 1975, pp. 82-131.

- Un mayor control de las actividades de producción y/o distribución de los productos y la obtención de una mayor y mejor información sobre las necesidades de los consumidores, en el caso de integración vertical en dirección hacia los consumidores.
- Una reducción de los costes de transformación y/o distribución, debido a una mayor coordinación de las actividades.
- Una mejor posición en el canal de distribución.

La coordinación de las actividades de distribución de los intermediarios “ha dado lugar a la aparición de formas comerciales que se agrupan bajo la denominación de comercio asociado e integrado, frente al comercio independiente característico de la estructura convencional”⁶¹⁸.

Las formas comerciales a las que dan lugar los sistemas integrados de distribución vertical de tipo corporativo constituyen el comercio integrado⁶¹⁹; mientras que los sistemas integrados de distribución horizontales y los verticales de tipo contractual forman el comercio asociado⁶²⁰.

3.4.2.1.3. La sociedad cooperativa como sistema integrado de distribución.

A continuación se procede al análisis de las sociedades cooperativas como sistemas integrados de distribución, tanto horizontales como verticales.

⁶¹⁸ E.C. DÍEZ DE CASTRO; J.C. FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ: **Distribución...**, *opus cit.*, p. 72.

⁶¹⁹ Para un análisis del comercio integrado ver:

E.C. DÍEZ DE CASTRO; J.C. FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ: **Distribución...**, *opus cit.*, pp. 115-125.

J.J. LAMBIN: **Marketing...**, *opus cit.*, p. 420.

E. MARTÍN ARMARIO: **Marketing**, *opus cit.*, pp. 438-443.

⁶²⁰ Para un análisis de las formas comerciales que integran el comercio asociado puede verse:

J. BRIZ; P. MUÑOZ: *Tipología y análisis...*, *opus cit.*, pp. 79-84.

E.C. DÍEZ DE CASTRO; J.C. FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ: **Distribución...**, *opus cit.*, pp. 87-113 y pp. 127-133.

J.J. LAMBIN: **Marketing...**, *opus cit.*, pp. 432-436.

E. MARTÍN ARMARIO: **Marketing**, *opus cit.*, pp. 431-438.

L.W. STERN; A.I. EL-ANSARY; J.R. BROWN: **Management in...**, *opus cit.*, pp. 227-293.

3.4.2.1.3.1. La sociedad cooperativa como sistema integrado de distribución horizontal.

La sociedad cooperativa es una forma de asociacionismo democrático⁶²¹, y por tanto se conforma como un sistema integrado de distribución en sentido horizontal al agrupar a empresarios en un mismo escalón del canal de distribución; reuniendo la oferta de bienes y servicios en el caso de las sociedades cooperativas de proveedores, o concentrando la demanda de productos en el caso de las sociedades cooperativas de consumidores.

3.4.2.1.3.2. La sociedad cooperativa como sistema integrado de distribución vertical.

Las sociedades cooperativas se conforman también como sistemas integrados de distribución verticales al tener la condición de mayoristas y minoristas en la distribución y venta de productos⁶²²; es decir, pueden agrupar las funciones de varios intermediarios del canal de distribución.

La literatura en materia de sistemas integrados de distribución reconoce como sistemas verticales sólo a dos tipos de sociedades cooperativas⁶²³:

- Las denominadas de consumidores, como sistemas corporativos.
- Las denominadas de detallistas, como sistemas contractuales.

Así las cosas, cabe realizar las siguientes matizaciones:

- 1.- Las sociedades cooperativas de consumidores y las de detallistas son sociedades cooperativas de consumo, pero cuyos socios están situados en escalones distintos del

⁶²¹ A este respecto ver el epígrafe 1.1.2.1.2.6.1.3. La sociedad cooperativa como forma de asociacionismo democrático, p. 13.

⁶²² ESPAÑA: LEY 3/1987..., *opus cit.*, artículo 155.1.

⁶²³ A este respecto ver:

J. BRIZ; P. MUÑOZ: *Tipología y análisis...*, *opus cit.*.

E.C. Díez de Castro; J.C. Fernández Fernández: *Distribución...*, *opus cit.*, p. 73.

L.W. Stern; A.I. El-Ansary; J.R. Brown: *Management in...*, *opus cit.*, pp. 277-282.

canal de distribución. En efecto: las primeras asocian a personas físicas que tienen la consideración de consumidores directos⁶²⁴ de los productos que adquieren a la sociedad cooperativa; mientras que las segundas integran a personas físicas y/o jurídicas cuya actividad es la de proporcionar productos a los consumidores finales, es decir, actúan como minoristas.

- 2.- La distinción entre las sociedades cooperativas de consumidores como sistemas integrados de distribución verticales de tipo corporativo, y las sociedades cooperativas de detallistas como sistemas integrados de distribución verticales de tipo contractual; siendo ambas de tipo corporativo por estar formadas por empresarios, socios, que integran en una misma empresa las funciones de varios intermediarios en el canal de distribución.
- 3.- Las sociedades cooperativas de detallistas son sociedades cooperativas de servicios⁶²⁵, según la legislación en materia de sociedades cooperativas del Estado español, que reflejan en su denominación la actividad que desarrollan sus socios⁶²⁶.
- 4.- La no consideración como sistemas integrados de distribución verticales a otros tipos de sociedades cooperativas de consumo de otro tipo de bienes y servicios como: las viviendas, el crédito, los seguros, los servicios sanitarios, de enseñanza y de transportes; y a las sociedades cooperativas de proveedores.

3.4.2.1.4. La formación de sistemas integrados de distribución entre sociedades cooperativas.

Las sociedades cooperativas han de entrar en procesos de concentración si desean formar conglomerados cooperativos a través de sistemas integrados de distribución de

⁶²⁴ ESPAÑA: LEY 3/1987..., *opus cit.*, artículo 156.1.

⁶²⁵ Un estudio de la sociedad cooperativa de servicios como fórmula de concentración económico-empresarial sin vinculación patrimonial se realiza en el epígrafe 3.5.1.2.3.1. La sociedad cooperativa de servicios, pp. 282-284.

⁶²⁶ ESPAÑA: LEY 3/1987..., *opus cit.*, artículos 139 y 140.

mayor dimensión, para poder obtener las correspondientes ventajas derivadas de las sinergias alcanzables⁶²⁷.

La formación de un sistema integrado de distribución entre dos o más sociedades cooperativas que participan como intermediarios en uno o varios canales de distribución, se puede llevar a cabo de dos modos⁶²⁸:

- Con vinculación patrimonial, que supone:
 - La desaparición de las sociedades cooperativas que se concentran y la creación de una nueva, en el caso de fusión pura.
 - La disolución de las sociedades cooperativas absorbidas que pasan a la absorbente, que mantiene su personalidad jurídica, en el caso de fusión por absorción.

En ambos casos, la sociedad cooperativa resultado de la fusión ha de realizar las funciones en el canal de distribución de las sociedades cooperativas que se concentran.

- Sin vinculación patrimonial, que da lugar a la creación de una o varias organizaciones para realizar algunas o todas las actividades de producción y/o distribución de las empresas que participan en el sistema.

Las actividades para las cuales las sociedades cooperativas pueden formar sistemas integrados de distribución utilizando fórmulas sin vinculación patrimonial son, sin ánimo de exhaustividad:

- La compra en común de materia primas, productos y factores necesarios para realizar su actividad para obtener mejores condiciones con los proveedores (precios, formas de pago y entrega de los productos).
- La utilización conjunta de los centros de almacenamiento, las instalaciones y los equipos, para reducir los costes.

⁶²⁷ El análisis de las sinergias se realiza en el epígrafe 3.4.5. Análisis de las sinergias como consecuencia de la formación de conglomerados de sociedades cooperativas a través de sistemas integrados de distribución, pp. 228-255.

⁶²⁸ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *La concentración económico-empresarial (los conglomerados)...*, *opus cit.*, pp. 419-442.

Para un análisis específico de cada uno de los modos ver el epígrafe 3.5. Análisis de las fórmulas de concentración para la formación de conglomerados cooperativos, pp. 255-290.

- La venta conjunta de los productos, permitiendo la unificación de los precios, la normalización de los productos, la utilización conjunta de los canales de distribución de cada empresa y de los agentes de venta.
- La utilización conjunta de los servicios de transporte, creando sociedades de comercialización⁶²⁹ para la realización de funciones de captación de cargas, de contratación de servicios y de comercialización para sus socios.
- La centralización de los servicios administrativos y de asesoría, disminuyendo el coste de los mismos.
- La realización de campañas de publicidad y de estudios de mercado conjuntos.
- El acceso a las nuevas tecnologías, en especial a las de información como las bases de datos interempresariales, el intercambio electrónico de datos, los sistemas de respuesta oral, de mensajes electrónicos y de nuevas tecnologías en punto de venta⁶³⁰.
- La prestación de servicios de asistencia técnica común.
- La planificación conjunta de las producciones.
- El control y la mejora de la calidad de las producciones.

La(s) organización(es) creada(s) como consecuencia de la formación de un sistema integrado de distribución por sociedades cooperativas utilizando fórmulas sin vinculación patrimonial, pueden participar como intermediario(s) en cualquier escalón del canal de distribución en el que las sociedades cooperativas desarrollan su actividad o en un canal de distribución alternativo.

⁶²⁹ Reguladas por:

ESPAÑA: REAL DECRETO 1211/1990..., *opus cit.*, artículo 53.2.

⁶³⁰ Sobre estos aspectos puede verse:

D. TAPSCOTT; A. CASTON: **Cambio de paradigmas empresariales**, McGraw-Hill Interamericana, Colombia, 1995, pp. 14-29.

3.4.2.2. Las entidades financieras cooperativas⁶³¹.

Un elemento básico en la formación de los conglomerados de sociedades cooperativas son las instituciones financieras.

Los conglomerados cooperativos necesitan, dentro de su estructura, de bancos de sociedades cooperativas⁶³² debido a que realizan una función de equilibrado y encauzamiento de los flujos financieros dentro del conglomerado, procurando hacer independiente la demanda de los créditos y permitiendo que se trasvasen las plusvalías de unas sociedades cooperativas a otras dentro del grupo.

La necesidad de contar en la estructura del conglomerado con bancos cooperativos se basa en que:

- 1.- Están situados fuera del sistema que forman las sociedades cooperativas de producción y distribución de productos, actuando como informadores de las vinculaciones entre unas y otras en aras de la eficiencia del comportamiento del conglomerado.
- 2.- Forman parte del sistema financiero, realizando sus actividades con instrumentos homogéneos para todo tipo de empresas, pero conociendo las particularidades de funcionamiento interno de las sociedades cooperativas.
- 3.- Utilizan otros procedimientos de evaluación de la credibilidad financiera distintos a los que emplean las empresas capitalistas convencionales; debido a que:

⁶³¹ Con base en:

C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *La concentración económico-empresarial (los conglomerados)...*, *opus cit.*, p. 434.

C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *Precisiones...*, *opus cit.*, pp. 158-159.

C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *La economía social...*, *opus cit.*, pp. 211-212.

⁶³² Para un estudio en profundidad de la banca cooperativa puede verse:

R.J. PALOMO ZURDO: *La banca cooperativa...*, *opus cit.*

A. VARGAS SÁNCHEZ: *Las cooperativas de crédito españolas. Una aproximación empírica algunos aspectos de su gestión*, CIRIEC-España, N. 21, 1995, pp. 7-21.

- El capital social es variable, como consecuencia de la consideración de las sociedades cooperativas como sociedades de personas y no de capitales.
- El capital social no es de la sociedad cooperativa, sino de sus socios, por tanto, es un préstamo de éstos a aquélla⁶³³.

3.4.3. Las limitaciones específicas a la formación de conglomerados de sociedades cooperativas⁶³⁴.

Las limitaciones específicas a la formación de conglomerados de sociedades cooperativas a través de sistemas integrados de distribución pueden provenir de los socios y de los directores de las sociedades cooperativas.

3.4.3.1. Las limitaciones de los socios a la formación de conglomerados de sociedades cooperativas.

La oposición de los socios a la formación de conglomerados cooperativos se debe a la posible reducción de su capacidad en la fijación democrática de los objetivos y de control de los resultados obtenidos por los directivos.

Para eludir esta oposición se han de elegir fórmulas de concentración que permitan la participación democrática de los socios en el proceso de toma de decisiones, basada en la contribución de los socios a los flujos reales de la sociedad cooperativa.

⁶³³ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *Estudio del régimen económico...*, *opus cit.*.

⁶³⁴ Con base en:

C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *La concentración económico-empresarial (los conglomerados)...*, *opus cit.*, pp. 429-430.

3.4.3.2. Las limitaciones de los directivos a la formación de conglomerados de sociedades cooperativas.

La concentración económico-empresarial supone una reducción de empresas que actúan en el mercado, que conlleva un proceso de ajuste de tareas, funciones y puestos de trabajo de las empresas que participan en el conglomerado.

Los directores de las sociedades cooperativas pueden oponerse al proceso de concentración por la reestructuración de puestos; aunque ésta varía dependiendo de la fórmula de concentración elegida. En el caso de concentración con vinculación patrimonial se produce una reducción del número de directivos; mientras que en el caso de concentración sin vinculación patrimonial por razón de dirección, los directivos ven reducida su capacidad de conducción, para ajustarse a las normas emanadas por el grupo.

3.4.4. Los requerimientos a la formación de conglomerados de sociedades cooperativas.

Los requerimientos a la formación de conglomerados de sociedades cooperativas a través de sistemas integrados de distribución, se refieren a:

3.4.4.1. Las fórmulas de concentración.

La formación de conglomerados cooperativos a través de sistemas integrados de distribución, tanto verticales como horizontales, debe realizarse con base en fórmulas que permitan el mantenimiento de los principios cooperativos.

Es necesario "implantar fórmulas de concentración empresarial intersectorial, vertical y horizontal, con y sin vinculación patrimonial y utilizar los instrumentos jurídicos a la mano procurando no desvirtuar la forma de participación"⁶³⁵; es decir, intentando evitar

⁶³⁵ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *La economía social...*, *opus cit.*, pp. 212-213.

el "riesgo de contaminación por otros valores ajenos, externos, y lo que es más importante, contrarios a los específicos de las sociedades cooperativas, los que las diferencian y las caracterizan. Sin esos valores las sociedades cooperativas podrían llegar a ser útiles, e incluso eficientes para la sociedad, pero no serían cooperativas, sino otra cosa"⁶³⁶.

3.4.4.2. Los directores de las sociedades cooperativas.

Los conglomerados de sociedades cooperativas, al igual que los formados por otro tipo de empresas, necesitan directivos profesionales para que funcionen eficientemente.

Los requerimientos que las sociedades cooperativas deben cumplir con respecto a los directivos son⁶³⁷:

- 1.- La formación. Los directores tienen que conocer las peculiaridades y los condicionantes de las sociedades cooperativas. En consecuencia, éstas han de promover instituciones específicas para la formación de directivos de sociedades cooperativas.
- 2.- La remuneración, que tiene que estar de acorde con la responsabilidad del directivo y con la remuneración del mercado para profesionales de su cualificación.
- 3.- La libertad de actuación, que implica que los socios no confundan la consecución de los objetivos del conglomerado de sociedades cooperativas por parte del director, con los cargos de representación y el establecimiento democrático de los objetivos, por parte de los socios.

⁶³⁶ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *La concentración económico-empresarial (los conglomerados)...*, *opus cit.*, p. 432.

⁶³⁷ *Ibíd.*, p. 433.

3.4.4.3. Los socios de las sociedades cooperativas.

La vinculación efectiva de los socios en los procesos de producción y/o distribución de las sociedades cooperativas que forman el conglomerado empresarial es un requerimiento para que éste obtenga buenos resultados empresariales.

Para ello los socios han de protagonizar un sentido trascendente de su condición en la sociedad cooperativa; para de esta manera, reforzar el sentimiento de grupo y la identificación intersocietaria. Es decir, que los socios tengan "la sensación de seguridad, de prestigio, y, por tanto, de orgullo y satisfacción que proporciona formar parte de una gran organización"⁶³⁸.

3.4.5. Análisis de las sinergias como consecuencia de la formación de conglomerados de sociedades cooperativas a través de sistemas integrados de distribución.

En lo que sigue, se procede a estudiar las sinergias de la formación de conglomerados cooperativos a través de sistemas integrados de distribución horizontales y verticales, que se contienen en la siguiente figura.

⁶³⁸ *Ibid.*, p. 438.

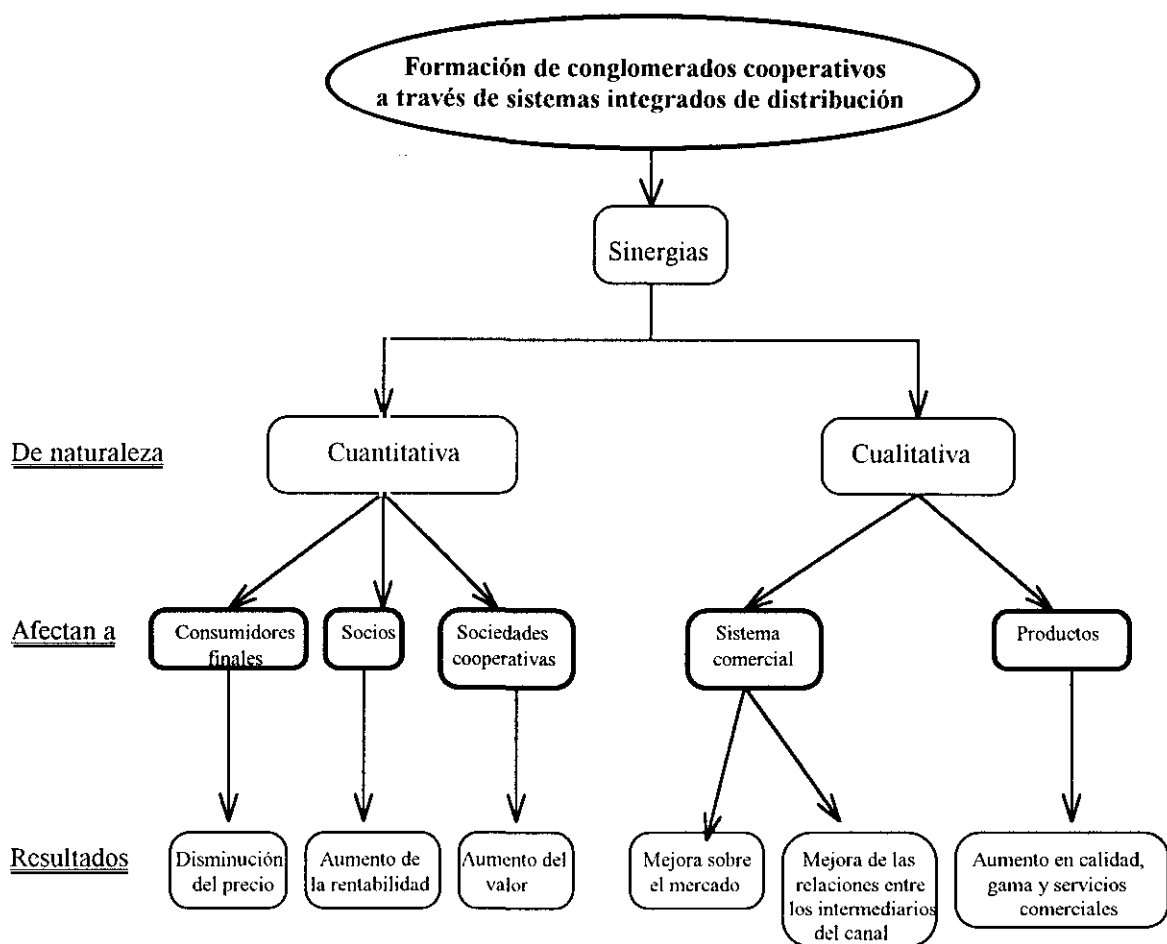


Figura 3.1.

Las sinergias de la formación de sistemas integrados de distribución entre sociedades cooperativas.

Se parte del supuesto de que la formación de sistemas integrados de distribución genera sinergias positivas, aunque es un supuesto más técnico que realista, debido a que el futuro siempre es desconocido y la sinergia *ex post* no tiene porque coincidir con la sinergia prevista⁶³⁹.

⁶³⁹ *Ibíd.*, p. 426.

3.4.5.1. Análisis de las sinergias de naturaleza cuantitativa⁶⁴⁰.

En este epígrafe se estudian las sinergias de naturaleza cuantitativa que provoca la formación de sistemas integrados de distribución por parte de dos o más sociedades cooperativas que participan como intermediarios en un canal de distribución.

La formación de un sistema integrado de distribución, tanto vertical como horizontal, se puede llevar a cabo de dos maneras⁶⁴¹:

- Utilizando fórmulas con vinculación patrimonial, que supone la reducción del número de intermediarios que participan en el canal de distribución, realizando la sociedad cooperativa resultado de la fusión las actividades de las empresas fusionadas.

La formación de un sistema integrado de distribución, tanto vertical como horizontal, utilizando fórmulas con vinculación patrimonial entre dos sociedades cooperativas que participan como intermediarios en un canal de distribución se recoge en la siguiente figura.

⁶⁴⁰ Debido a que los efectos cuantitativos de la formación de sistemas integrados de distribución se producirán en periodos posteriores al de su constitución, y dado que el objetivo es analizar las sinergias que se producen con la creación de esos sistemas respecto a su no formación ambas situaciones se refieren al periodo t-ésimo.

⁶⁴¹ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *La concentración económico-empresarial (los conglomerados)...*, *opus cit.*, pp. 419-442.

Para un análisis específico de cada uno de los modos ver el epígrafe 3.5. Análisis de las fórmulas de concentración para la formación de conglomerados cooperativos, pp. 255-290.

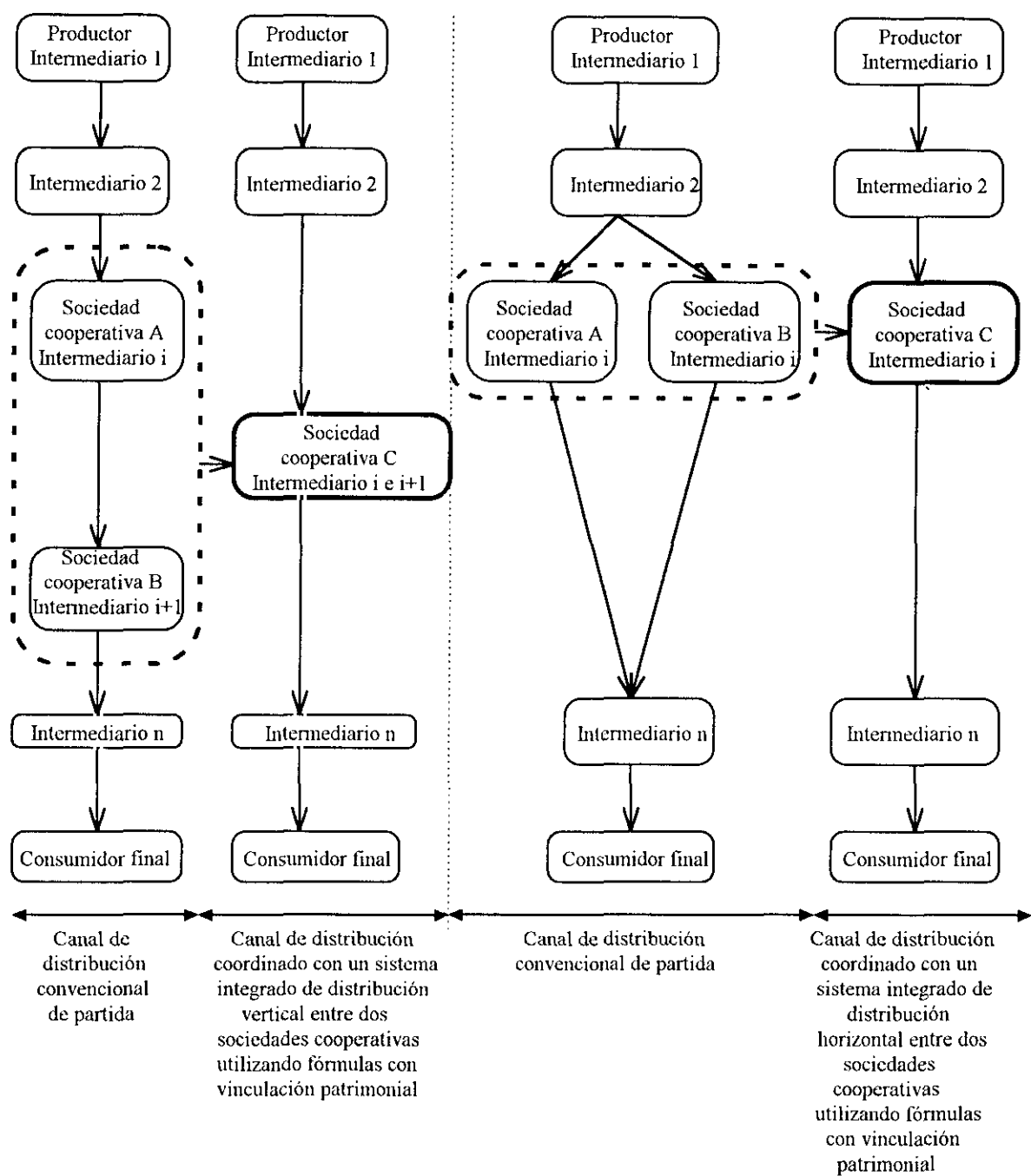


Figura 3.2.
La estructura del canal de distribución con un sistema integrado de distribución formado por sociedades cooperativas utilizando fórmulas con vinculación patrimonial.

- Utilizando fórmulas sin vinculación patrimonial, que da lugar a la creación de una o varias organizaciones para realizar algunas o todas las actividades de las empresas que participan en el sistema⁶⁴². Estas organizaciones pueden actuar como intermediario(s) en cualquier escalón del canal de distribución en el que participan las sociedades cooperativas o en un canal de distribución alternativo. La formación de un sistema integrado de distribución vertical y horizontal entre dos sociedades cooperativas que actúan como intermediarios en un canal de distribución utilizando fórmulas sin vinculación patrimonial, se contempla en las siguientes figuras.

⁶⁴² Ver el epígrafe 3.4.2.1.4. La formación de sistemas integrados de distribución entre sociedades cooperativas, pp. 221-222.

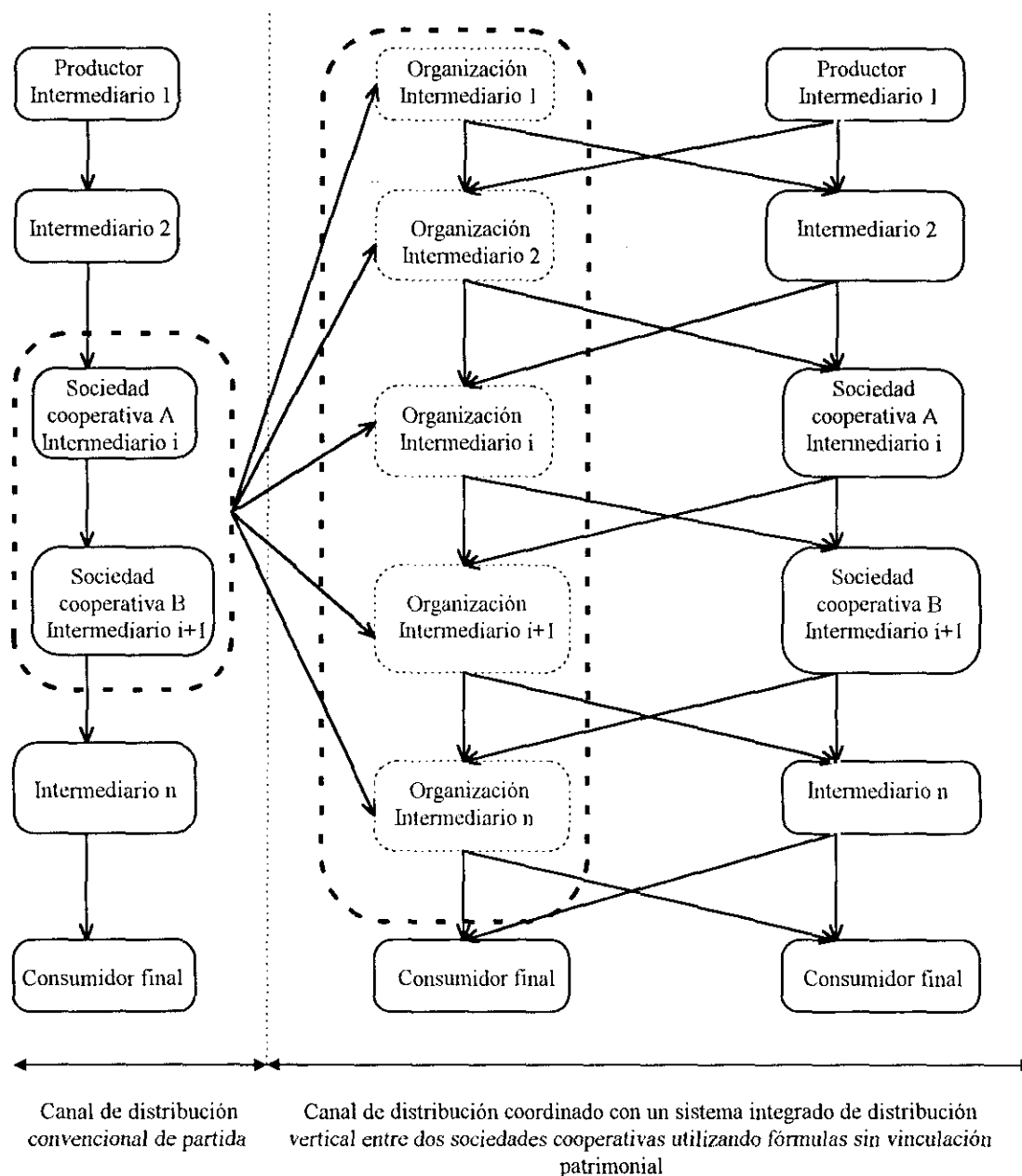


Figura 3.3.
La estructura del canal del distribución con un sistema integrado de distribución vertical formado por sociedades cooperativas utilizando fórmulas sin vinculación patrimonial.

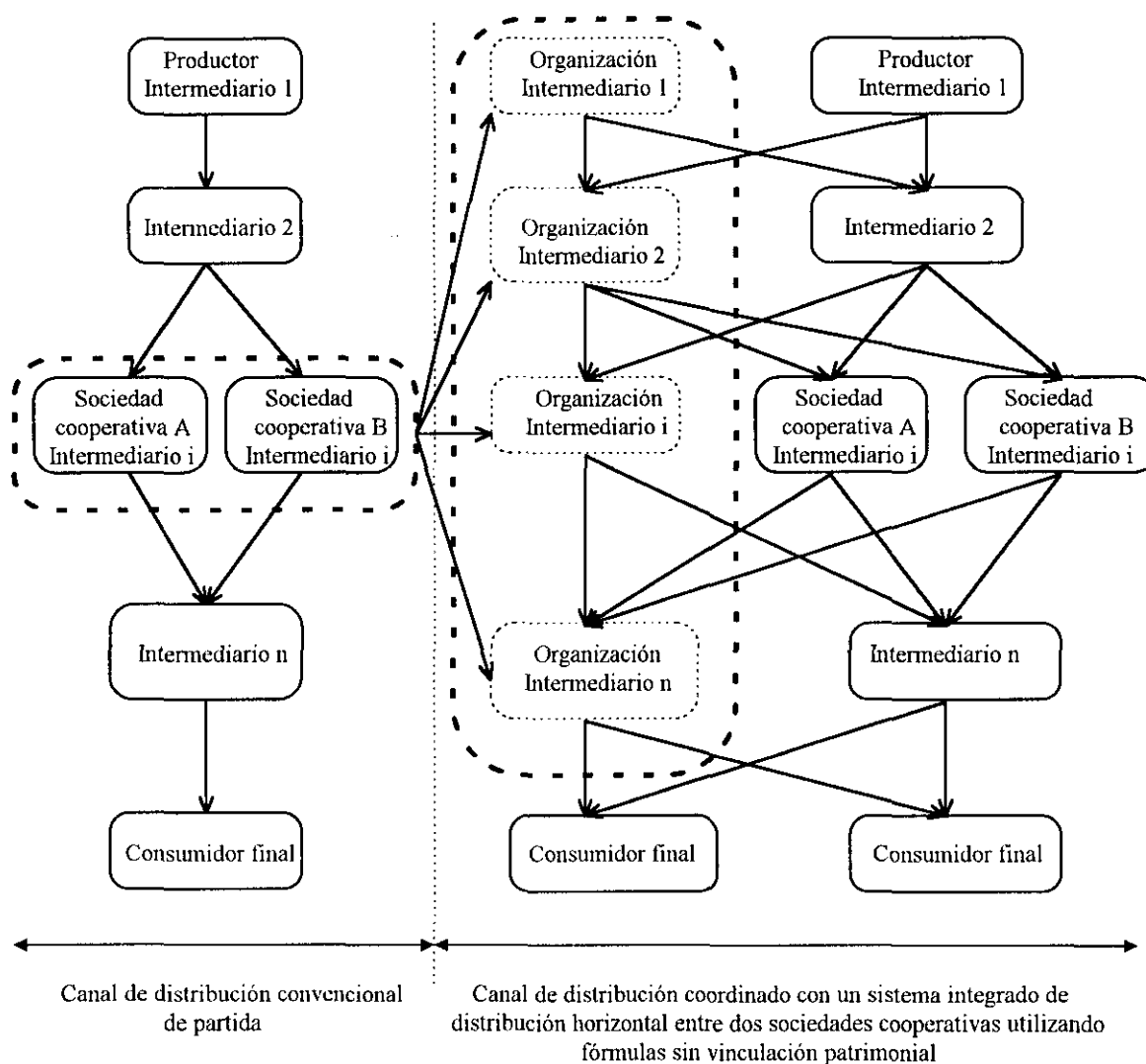


Figura 3.4.
La estructura del canal de distribución con un sistema integrado de distribución horizontal formado por sociedades cooperativas utilizando fórmulas sin vinculación patrimonial.

3.4.5.1.1. Análisis de las sinergias de naturaleza cuantitativa desde el punto de vista de los socios y de los consumidores finales⁶⁴³.

La formación de un sistema integrado de distribución, tanto vertical como horizontal, entre dos o más sociedades cooperativas que participan como intermediarios en un canal de distribución, ha de conseguir los siguientes objetivos:

⁶⁴³ Este análisis parte del realizado en el epígrafe 2.3.3.2. La formación del precio de venta de los productos en los canales de distribución cuando, al menos, una sociedad cooperativa participa como intermediario, pp. 169-197.

- 1.- La rentabilidad económica de los socios que forman el sistema integrado de distribución aumenta con respecto a una situación en la que las sociedades cooperativas no participaran en él.

y

- 2.- La mejora del funcionamiento del canal de distribución considerando el beneficio tan solo por el lado del precio⁶⁴⁴.

Desarrollando estos dos objetivos.

- 1.- Partiendo de que la rentabilidad económica conseguible está completamente anticipada, es decir no hay retornos, se pretende que la rentabilidad económica de los socios que participan en un sistema integrado de distribución sea mayor o igual que si no participaran en él. Esto es:

$$(\text{EOSDI}_{i=\text{SC}}^t)^* = (\text{EOSAI}_{i=\text{SC}}^t)^* - (\text{I}_{i=\text{SC}}^t)^* = 0$$

se pretende que:

$$\sum_{k=1}^l (\text{RE}_k^t)^* \geq \sum_{k=1}^l \text{RE}_k^t \quad \forall k \in \{1, l\}$$

con:

$$(\text{rf}_k^t)^* = \text{rf}_k^t \geq \text{r}_{\text{mdo}}^t \quad \forall k \in \{1, l\}$$

Donde todos los símbolos son conocidos⁶⁴⁵, salvo (ordenados alfabéticamente):

⁶⁴⁴ Por el lado de los productos ver el epígrafe 3.4.5.2.1. Análisis de las sinergias de naturaleza cualitativa sobre los productos, p. 250.

⁶⁴⁵ Ver el epígrafe 2.3.3.2.2.1. Los socios de la sociedad cooperativa han de recibir la máxima riqueza a través de la rentabilidad financiera y económica, pp. 178-186.

$(EOSAI_{i=SC}^t)^*$: excedente ordinario de la sociedad cooperativa que ocupa el escalón i-ésimo del canal de distribución cuando participa en un sistema integrado de distribución, por operaciones con los socios antes de intereses en el período t-ésimo.

$(EOSDI_{i=SC}^t)^*$: excedente ordinario de la sociedad cooperativa que ocupa el escalón i-ésimo del canal de distribución cuando participa en un sistema integrado de distribución, por operaciones con los socios después de intereses en el período t-ésimo.

$(I_{i=SC}^t)^*$: intereses de las deudas de la sociedad cooperativa que ocupa el escalón i-ésimo del canal de distribución cuando participa en un sistema integrado de distribución, tanto con los socios como con los acreedores externos en el período t-ésimo.

$(RE_k^t)^*$: rentabilidad económica del socio k-ésimo de la sociedad cooperativa que ocupa el escalón i-ésimo del canal de distribución cuando participa en un sistema integrado de distribución, en el período t-ésimo expresada en términos absolutos.

$(rf_k^t)^*$: rentabilidad financiera del socio k-ésimo de la sociedad cooperativa que ocupa el escalón i-ésimo del canal de distribución cuando participa en un sistema integrado de distribución, en el período t-ésimo expresada en términos relativos.

Y

2.- El precio final de venta de los productos cuando dos o más sociedades cooperativas que participan como intermediarios en un canal forman un sistema integrado de distribución, es menor o igual que si no participaran en él. Es decir:

$$(pv_{n=SC,j}^t)^* \leq pv_{n=SC,j}^t \quad \forall j \in \{1, m\}$$

Donde todos los símbolos son conocidos⁶⁴⁶, salvo:

$(pv_{n=SC,j}^t)^*$: precio de venta unitario después del intermediario n-ésimo (final) del producto j-ésimo en el período t-ésimo, cuando dos o más sociedades cooperativas que participan como intermediarios en un canal forman un sistema integrado de distribución.

Este objetivo se puede alcanzar siempre que:

2.1.- El precio de venta de los productos de las sociedades cooperativas que forman un sistema integrado de distribución es inferior o igual al precio de venta de los mismos productos cuando no participan en él. Es decir:

$$(pv_{i=SC,j}^t)^* \leq pv_{i=SC,j}^t \quad \forall j \in \{1, m\}$$

Donde todos los símbolos son conocidos⁶⁴⁷, con la salvedad de que el intermediario i-ésimo es una sociedad cooperativa cuando $i=SC$, a excepción de:

$(pv_{i=SC,j}^t)^*$: precio de venta unitario del producto j-ésimo aplicado por la sociedad cooperativa que ocupa el escalón i-ésimo del canal de distribución cuando participa en un sistema integrado de distribución, en el período t-ésimo.

y, además

2.2.- Los márgenes comerciales netos unitarios aplicados por los intermediarios situados entre la(s) sociedad(es) cooperativa(s) que forman un sistema

⁶⁴⁶ Ver el epígrafe 2.3.3.2.2.2. La mejora del funcionamiento del canal de distribución desde el punto de vista de los consumidores finales, pp. 186-189.

⁶⁴⁷ Ver el epígrafe 2.3.3.2.1.3. La formación del precio de los productos en los canales de distribución con base en el margen comercial neto unitario de los intermediarios, pp. 171-177.

integrado de distribución y los consumidores finales, en caso de haberlos, no se incrementan como consecuencia de la posible reducción del precio de venta de los productos por la(s) sociedad(es) cooperativa(s) que participa(n) en el sistema, y que venden a esos intermediarios. Esto es:

$$(\alpha_{ij}^t)^* = \alpha_{ij}^t \quad \begin{array}{l} \forall i \in \{i+1, n\} \\ \forall j \in \{1, m\} \end{array}$$

siendo el intermediario i-ésimo la sociedad cooperativa que participa en el sistema integrado de distribución⁶⁴⁸.

Donde todos los símbolos son conocidos⁶⁴⁹, a excepción de:

$(\alpha_{ij}^t)^*$: margen comercial neto unitario aplicado por el intermediario i-ésimo, sea cual sea su forma jurídica, cuando en el canal de distribución del producto j-ésimo en el período t-ésimo hay un sistema integrado de distribución entre dos o más sociedades cooperativas; calculado sobre el precio de coste o sobre el precio de venta del producto.

El establecimiento de este último requerimiento es necesario cuando en el sistema integrado de distribución no participan los consumidores finales de productos; es decir cuando el sistema no está formado por una sociedad cooperativa de consumidores finales. Los posibles casos se recogen en el siguiente cuadro:

⁶⁴⁸ En el caso de que el sistema integrado de distribución fuera vertical el intermediario i-ésimo sería la sociedad cooperativa que ocupará el escalón más próximo a los consumidores finales.

⁶⁴⁹ Ver el epígrafe 2.3.3.2.2.2. La mejora del funcionamiento del canal de distribución desde el punto de vista de los consumidores finales, pp. 186-189.

Sistema integrado de distribución	Formado por dos o más sociedades cooperativas de		
	Proveedores	Consumidores	
		Intermediarios en el canal	Consumidores finales
Horizontal	No participan los consumidores finales	No participan los consumidores finales	Si participan los consumidores finales
Vertical	No participan los consumidores finales		Si participan los consumidores finales

Cuadro 3.2.
Los sistemas integrados de distribución formados por sociedades cooperativas

Cuando en el sistema integrado de distribución participa una sociedad cooperativa de consumidores finales, los usuarios no socios se benefician en la misma medida que los socios, debido a que la legislación del Estado español en materia de sociedades cooperativas estipula que los precios de los productos a los consumidores no socios han de ser los mismos que los establecidos para los socios⁶⁵⁰. Esto es:

$$(pv_{n=SC,j}^i)^* = (pv_{i=SC,j}^i)^* \quad \forall j \in \{1,m\}$$

Donde todos los símbolos son conocidos.

3.4.5.1.1.1. La formación del precio de venta de los productos de las sociedades cooperativas cuando forman sistemas integrados de distribución.

El estudio que se realiza a continuación sobre la política de establecimiento de los márgenes comerciales netos unitarios de la sociedad cooperativa cuando participa en un sistema integrado de distribución para conseguir los objetivos planteados en este trabajo, parte de la hipótesis de que la formación de dichos sistemas ha de conseguir una

⁶⁵⁰ ESPAÑA: LEY 3/1987..., *opus cit.*, artículo 128.2.

reducción de los costes y/o un aumento de las ventas de las empresas que participan él⁶⁵¹; esto es lo que se persigue desde el punto de vista operativo de cara a la expectativa de mejora de los socios y de los consumidores finales. Es decir:

$$\begin{aligned}(cv_{i=SC,j}^t)^* &\leq cv_{i=SC,j}^t & \forall j \in \{1,m\} \\ (CF_{i=SC}^t)^* &\leq CF_{i=SC}^t \\ (V_{i=SC,j}^t)^* &\geq V_{i=SC,j}^t & \forall j \in \{1,m\}\end{aligned}$$

Donde todos los símbolos son conocidos⁶⁵² con la salvedad de que el intermediario i-ésimo es una sociedad cooperativa cuando i=SC, excepto:

$(CF_{i=SC}^t)^*$: coste fijo operativo de producción y/o distribución de la sociedad cooperativa que ocupa el escalón i-ésimo del canal de distribución cuando participa en un sistema integrado de distribución, en el período t-ésimo. Se supone que no hay costes fijos autónomos por productos o por grupos de productos.

$(cv_{i=SC,j}^t)^*$: coste variable unitario de producción y/o distribución del producto j-ésimo de la sociedad cooperativa que ocupa el escalón i-ésimo del canal de distribución cuando participa en un sistema integrado de distribución, en el período t-ésimo.

$(V_{i=SC,j}^t)^*$: número de unidades vendidas por la sociedad cooperativa que ocupa el escalón i-ésimo cuando participa en un sistema integrado de distribución del producto j-ésimo en el período t-ésimo, al siguiente intermediario del canal o a los consumidores finales, en el caso de que ocupe el último escalón del canal de distribución.

⁶⁵¹ A este respecto ver los epígrafes 3.2.1.1.2.2. La medición de la sinergia, pp. 204- 206; 3.4.2.1.2.1.3. Los objetivos del sistema integrado de distribución horizontal, p. 217; 3.4.2.1.2.2.3. Los objetivos del sistema integrado de distribución vertical, pp. 218-219; y 3.4.2.1.4. La formación de sistemas integrados de distribución entre sociedades cooperativas, pp. 221-223.

⁶⁵² Ver el epígrafe 2.3.3.2.1.3. La formación del precio de los productos en los canales de distribución con base en el margen comercial de los intermediarios, pp. 171-177.

Para estudiar la formación del precio de venta de los productos que las sociedades cooperativas producen y/o distribuyen cuando participan en sistemas integrados de distribución, se distingue entre la utilización de fórmulas con y sin vinculación patrimonial para formarlos.

3.4.5.1.1.1.1. La formación del precio de venta de los productos cuando las sociedades cooperativas que forman el sistema integrado de distribución utilizan fórmulas con vinculación patrimonial.

La política de establecimiento de los márgenes comerciales netos unitarios de una sociedad cooperativa resultado de un proceso de fusión es análoga a la analizada cuando, al menos, una sociedad cooperativa participa como intermediario en un canal de distribución⁶⁵³. Es decir, la sociedad cooperativa resultado de la fusión (C)⁶⁵⁴ ha de intentar conseguir los objetivos propuestos en este trabajo; es decir:

- 1.- La riqueza de los socios de la sociedad cooperativa fusionada ha de ser mayor o igual que la que obtendrían los socios si las sociedades cooperativas no participaran en el sistema integrado de distribución. Esto es:

Partiendo de:

$$(EOSDI_{i=SCc}^t)^* = (EOSAI_{i=SCc}^t)^* - (I_{i=SCc}^t)^* = 0$$

Donde todos los símbolos son conocidos, con la salvedad de que el intermediario i-ésimo es la sociedad cooperativa resultado de la fusión cuando $i=SC_c$.

⁶⁵³ Ver el epígrafe 2.3.3.2.3. La política de establecimiento de los márgenes comerciales netos unitarios de la sociedad cooperativa, pp. 189-197.

⁶⁵⁴ El caso que se analiza es el de fusión pura ($A+B=C$), aunque también es aplicable a un proceso de fusión por absorción ($A+B=A=C$ donde A absorbe a B).

Se pretende que:

$$\sum_{k=1}^{l_C} (RE_k^t)^* \geq \sum_{k=1}^{l_A} RE_k^t + \sum_{k=1}^{l_B} RE_k^t$$

El número de socios de la sociedad cooperativa resultado de la fusión es la suma del número de socios de las sociedades cooperativas que participan en ella⁶⁵⁵. Es decir:

$$l_C = l_A + l_B$$

y

2.- El margen comercial neto unitario aplicado a los productos que la sociedad cooperativa resultado de la fusión produce y/o distribuye, que como se sabe depende de la rentabilidad económica que los socios deciden democráticamente - al menos en última instancia-, tiene que permitir que el precio de venta de los productos sea inferior o igual a:

- En el caso de fusión de sociedades cooperativas (A y B) que actúan en el mismo escalón del canal de distribución (fusión horizontal)⁶⁵⁶ a los precios de venta de los productos de esas sociedades cooperativas. Esto es:

$$(pv_{i=SCc,j}^t)^* \leq \min (pv_{i=SCA,j}^t, pv_{i=SCB,j}^t) \quad \forall j \in \{1, m\}$$

- En el caso de fusión de sociedades cooperativas que actúan en diferentes escalones del canal de distribución (fusión vertical), al precio de venta de los productos de la sociedad cooperativa que ocupe el lugar más próximo a los consumidores finales (B)⁶⁵⁷. Es decir:

⁶⁵⁵ Para simplificar el análisis se supone que no hay socios disidentes en el proceso de fusión.

⁶⁵⁶ Ver la Figura 3.2. La estructura del canal de distribución con un sistema integrado de distribución formado por sociedades cooperativas utilizando fórmulas con vinculación patrimonial, p. 231.

⁶⁵⁷ Se supone que la sociedad cooperativa A situada en el escalón i-ésimo vende exclusivamente a la sociedad cooperativa B como intermediario i+1-ésimo. Ver la Figura 3.2. La estructura del canal de distribución con un sistema integrado de distribución formado por sociedades cooperativas utilizando fórmulas con vinculación patrimonial, p. 231.

$$(pv_{i=SCc,j}^t)^* \leq pv_{i=SCB,j}^t \quad \forall j \in \{1, m\}$$

Donde todos los símbolos son conocidos con la salvedad de que el intermediario i -ésimo es la sociedad cooperativa resultado de la fusión cuando $i=SC_C$; y las sociedades cooperativas A y B que participan en el proceso de fusión cuando $i=SC_A$ e $i=SC_B$, respectivamente.

3.4.5.1.1.1.2. La formación del precio de venta de los productos cuando las sociedades cooperativas que forman el sistema integrado de distribución utilizan fórmulas sin vinculación patrimonial.

El estudio que se realiza a continuación analiza los efectos positivos de la(s) organización(es) creada(s) como consecuencia de la formación de un sistema integrado de distribución utilizando fórmulas sin vinculación patrimonial, sobre las sociedades cooperativas que participan en el sistema.

Al objeto de este análisis se supone que hay dos sociedades cooperativas (A y B) que:

- Están situadas en el escalón i -ésimo e $i+1$ -ésimo, respectivamente, de un canal de distribución formando un sistema integrado de distribución vertical⁶⁵⁸.
- Están situadas en el escalón i -ésimo del canal de distribución formando un sistema integrado de distribución horizontal⁶⁵⁹.

⁶⁵⁸ Ver la Figura 3.3. La estructura del canal de distribución con un sistema integrado de distribución vertical formado por sociedades cooperativas utilizando fórmulas sin vinculación patrimonial, p. 233.

⁶⁵⁹ Ver la Figura 3.4. La estructura del canal de distribución con un sistema integrado de distribución horizontal formado por sociedades cooperativas utilizando fórmulas sin vinculación patrimonial, p. 234.

Las políticas de establecimiento de los márgenes comerciales netos unitarios de las sociedades cooperativas que participan en un sistema integrado de distribución utilizando fórmulas sin vinculación patrimonial son las mismas que las analizadas cuando, al menos, una sociedad cooperativa participa como intermediario en un canal de distribución⁶⁶⁰.

La formación de un sistema integrado de distribución entre sociedades cooperativas utilizando fórmulas sin vinculación patrimonial ha de intentar conseguir los objetivos propuestos en este trabajo; es decir:

- 1.- La rentabilidad económica de los socios de las sociedades cooperativas que participan en el sistema integrado de distribución ha de ser mayor o igual que la que obtendrían los socios si las sociedades cooperativas no formaran el sistema. Esto es:

$$\sum_{k=1}^I (RE_k^t)^* \geq \sum_{k=1}^I RE_k^t \quad \forall k \in \{1, I\}$$

- 2.- El margen comercial neto unitario aplicado a los productos que producen y/o distribuyen las sociedades cooperativas que forman el sistema integrado de distribución ha de ser menor o igual a el aplicado a los mismos productos cuando las sociedades cooperativas no participaran en el sistema; para que se reduzca el precio de venta de los productos, mejorando el funcionamiento del canal de distribución desde el punto de vista de los consumidores finales.

La eventual disminución del margen comercial neto unitario aplicado a los productos por las sociedades cooperativas que forman el sistema integrado de distribución se debe a la posible reducción del precio de coste de los productos de las sociedades cooperativas que participan en el sistema; ya que se parte de que la formación de un sistema integrado de distribución puede dar lugar a un descenso de los costes y/o a un aumento de las ventas de las empresas que lo forman con

⁶⁶⁰ Ver el epígrafe 2.3.3.2.3. La política de establecimiento de los márgenes comerciales netos unitarios de la sociedad cooperativa, pp. 189-197.

base en las sinergias esperadas en el proceso de producción y distribución y que lo haría más eficiente. Es decir:

$$(pc_{ij}^t)^* \leq pc_{ij}^t \quad \begin{array}{l} \forall i \in \{sc_A, sc_B\} \\ \forall j \in \{1, m\} \end{array}$$

Los márgenes comerciales netos unitarios aplicados por la sociedad cooperativa que participa en un sistema coordinado de distribución utilizando fórmulas sin vinculación patrimonial han de ser:

- Si los márgenes comerciales netos unitarios se calculan con base en el precio de coste del producto j-ésimo:

$$(pv_{ij}^t)^* = (pc_{ij}^t)^* [1 + (\alpha(pc)_{ij}^t)^*] \leq pv_{ij}^t = pc_{ij}^t [1 + \alpha(pc)_{ij}^t] \quad \begin{array}{l} \forall i \in \{sc_A, sc_B\} \\ \forall j \in \{1, m\} \end{array}$$

Por tanto, se ha de cumplir:

$$(\alpha(pc)_{ij}^t)^* \leq \alpha(pc)_{ij}^t \quad \begin{array}{l} \forall i \in \{sc_A, sc_B\} \\ \forall j \in \{1, m\} \end{array}$$

o, alternativamente,

- Si los márgenes comerciales netos unitarios se calculan con base en el precio de venta del producto j-ésimo

$$(pv_{ij}^t)^* = \frac{(pc_{ij}^t)^*}{[1 - (\alpha(pv)_{ij}^t)^*]} \leq pv_{ij}^t = \frac{pc_{ij}^t}{[1 - (\alpha(pv)_{ij}^t)]} \quad \begin{array}{l} \forall i \in \{sc_A, sc_B\} \\ \forall j \in \{1, m\} \end{array}$$

Se cumplirá que:

$$(\alpha(pv)_{ij}^t)^* \leq \alpha(pv)_{ij}^t \quad \begin{array}{l} \forall i \in \{sc_A, sc_B\} \\ \forall j \in \{1, m\} \end{array}$$

Donde todos los símbolos son conocidos⁶⁶¹, a excepción de:

$(\alpha(pc)_{ij}^t)^*$: margen comercial neto unitario aplicado al producto j-ésimo en el período t-ésimo por la sociedad cooperativa que ocupa el escalón i-ésimo o i+1-ésimo del canal de distribución cuando participa en un sistema integrado de distribución utilizando fórmulas sin vinculación patrimonial; expresado en términos relativos con base en el precio de coste del producto j-ésimo.

$(\alpha(pv)_{ij}^t)^*$: margen comercial neto unitario aplicado al producto j-ésimo en el período t-ésimo por la sociedad cooperativa que ocupa el escalón i-ésimo o i+1-ésimo del canal de distribución cuando participa en un sistema integrado de distribución utilizando fórmulas sin vinculación patrimonial; expresado en términos relativos con base en el precio de venta del producto j-ésimo.

$(pc_{ij}^t)^*$: precio de coste unitario del producto j-ésimo de la sociedad cooperativa que ocupa el escalón i-ésimo o i+1-ésimo del canal de distribución cuando participa en un sistema integrado de distribución utilizando fórmulas sin vinculación patrimonial, en el período t-ésimo.

⁶⁶¹ Ver el epígrafe 2.3.3.2.1.3. La formación del precio de los productos en los canales de distribución con base en el margen comercial neto unitario de los intermediarios, pp. 171-177.

3.4.5.1.2. Análisis de las sinergias de naturaleza cuantitativa desde el punto de vista de las sociedades cooperativas⁶⁶².

Las sinergias positivas de naturaleza cuantitativa a las que da lugar la formación de sistemas integrados de distribución se pueden medir a través del valor de las empresas que participan en dicho sistema.

El valor de la sociedad cooperativa se puede expresar como “la suma de los valores que los socios atribuyen a la parte de la empresa que cada uno de ellos emprende y representa. En efecto, la sociedad cooperativa vale lo que vale precisamente para todos los socios que la conforman”⁶⁶³; esto es:

$$V_{i=SC}^t = \sum_{k=1}^I V_k^t = \sum_{k=1}^I \frac{RE_k^t}{rf_k^t} \quad \forall k \in \{1, I\}$$

Donde todos los símbolos son conocidos⁶⁶⁴, a excepción de:

$V_{i=SC}^t$: valor de la sociedad cooperativa que ocupa el escalón i-ésimo del canal de distribución en el momento t-ésimo.

V_k^t : valor de rendimiento para el socio k-ésimo de la sociedad cooperativa que ocupa el escalón i-ésimo del canal de distribución en el momento t-ésimo.

Se supone que la rentabilidad financiera ha de ser competitiva con la que se obtendría en el mercado financiero⁶⁶⁵, por lo que el valor de la sociedad cooperativa depende de la rentabilidad económica, que está en función de lo eficiente que sea el proceso de producción y distribución⁶⁶⁶. En efecto:

⁶⁶² Con base en:

C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ; *Método de valoración económico-financiera...*, *opus cit.*

⁶⁶³ *Ibid.*, p. 247.

⁶⁶⁴ Ver el epígrafe 2.3.3.2.2.1. Los socios de la sociedad cooperativa han de recibir la máxima riqueza a través de la rentabilidad financiera y económica, pp. 178-186.

⁶⁶⁵ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ; *Método de valoración económico-financiera...*, *opus cit.*, p. 246.

⁶⁶⁶ *Ibid.*, p. 245.

$$V_{i=SC}^t = \frac{\sum_{k=1}^I RE_k^t}{rf^t} \quad \forall k \in \{1, I\}$$

ya que:

$$rf^t = rf_k^t \geq r_{mdo}^t \quad \forall k \in \{1, I\}$$

Donde todos los símbolos son conocidos.

Con base en la hipótesis de que los objetivos perseguidos para los socios se verifican con la formación de un sistema integrado de distribución; es decir que la rentabilidad económica del conjunto⁶⁶⁷ de los socios aumenta cuando las sociedades cooperativas participan en el sistema.

- En el caso de que las sociedades cooperativas utilicen fórmulas sin vinculación patrimonial, se ha de verificar que:

$$(V_{i=SC}^t)^* \geq V_{i=SC}^t \quad \forall i \in \{SC_A, SC_B\}$$

es decir:

$$\frac{\sum_{k=1}^I (RE_k^t)^*}{rf^t} \geq \frac{\sum_{k=1}^I RE_k^t}{rf^t} \quad \forall i \in \{SC_A, SC_B\}$$

lo que es asumible ya que se supone que se ha de cumplir que:

$$\sum_{k=1}^I (RE_k^t)^* \geq \sum_{k=1}^I RE_k^t \quad \forall k \in \{1, I\}$$

⁶⁶⁷ Aquí se afirma “del conjunto” y no “de todos y de cada uno” de los socios como manifestación del respeto al principio cooperativo de participación económica de los socios, justicia en la distribución de los beneficios.

con base en la sinergia esperada.

Donde todos los símbolos son conocidos, salvo:

$(V_{i=SC}^t)^*$: valor de la sociedad cooperativa que ocupa el escalón i-ésimo del canal de distribución cuando participa en un sistema integrado de distribución en el momento t-ésimo.

- En el caso de que las sociedades cooperativas utilicen fórmulas con vinculación patrimonial, se ha de verificar que:

$$(V_{i=SCc}^t)^* \geq V_{i=SCA}^t + V_{i=SCB}^t$$

es decir:

$$\frac{\sum_{k=1}^{l_C} (RE_k^t)^*}{rf^t} \geq \frac{\sum_{k=1}^{l_A} RE_k^t}{rf^t} + \frac{\sum_{k=1}^{l_B} RE_k^t}{rf^t}$$

ya que es fácil asumir que:

$$\sum_{k=1}^{l_C} (RE_k^t)^* \geq \sum_{k=1}^{l_A} RE_k^t + \sum_{k=1}^{l_B} RE_k^t$$

con $l_C = l_A + l_B$

con base en la sinergia esperada.

Donde todos los símbolos son conocidos, con la salvedad de que el intermediario i-ésimo es la sociedad cooperativa resultado de la fusión cuando $i=SC_c$; y de las sociedades cooperativas A y B que participan en el proceso de fusión cuando $i=SC_A$ e $i=SC_B$, respectivamente.

3.4.5.2. Análisis de las sinergias de naturaleza cualitativa.

3.4.5.2.1. Análisis de las sinergias de naturaleza cualitativa sobre los productos.

Las repercusiones de la formación de sistemas integrados de distribución sobre los productos que los consumidores finales adquieren afectan a la calidad, ya que permiten un mayor control de los productos y una mejor comprensión de las necesidades de los consumidores⁶⁶⁸. Por otro lado, permiten ampliar la gama de productos ofertados⁶⁶⁹, así como los servicios ofrecidos a los consumidores, tales como: la instalación, el crédito, la garantía, la asistencia técnica y los servicios en punto de venta⁶⁷⁰.

La aportación específica cuando se trata de sociedades cooperativas, en particular de consumidores, es su doble carácter: como empresas de distribución de productos y como organizaciones no convencionales de consumidores, que afecta tanto a los socios consumidores, como a los usuarios no socios⁶⁷¹.

3.4.5.2.2. Análisis de las sinergias de naturaleza cualitativa sobre el sistema comercial.

La constitución de conglomerados de sociedades cooperativas a través de sistemas integrados de distribución tienen repercusiones sobre el mercado en general, y sobre las relaciones entre los miembros de los canales de distribución de los productos.

⁶⁶⁸ J.J. LAMBIN: *Marketing...*, *opus cit.*, p. 345.

⁶⁶⁹ *Ibid.*, p. 346.

⁶⁷⁰ L.W. STERN; A.I. EL-ANSARY; J.R. BROWN: *Management in...*, *opus cit.*, pp. 72, 91 y 92.

⁶⁷¹ Sobre estos aspectos ver el epígrafe 2.3.3.1. La participación de la sociedad cooperativa en la protección de los derechos de los consumidores y su influencia en la distribución de los productos, pp. 138-169.

3.4.5.2.2.1. Sobre el mercado.

Los conglomerados de sociedades cooperativas contribuyen a restablecer la democracia económica; es decir "con un planteamiento hipotéticamente utópico, en un sistema completamente cooperativo, habida cuenta que, en teoría, las decisiones de los proveedores de bienes y servicios a las cooperativas y las de los consumidores de bienes y servicios producidos por las cooperativas, aún internalizadas, son democráticas; aún cuando el mercado hubiera sido completamente reemplazado por un conglomerado de todas las cooperativas, se podría mantener la objetividad de las decisiones propias del mercado y la democracia que subyace a esa institución, ganando en el conjunto del sistema por la -indiscutible- función de racionalización de los procesos de producción y distribución que desempeña la empresa, sea cual sea su forma jurídica de empresario"⁶⁷².

3.4.5.2.2.2. Sobre las relaciones entre los miembros de los canales de distribución de los productos.

En los canales de distribución se manifiestan una serie de intercambios entre las organizaciones que las componen, de las que se derivan relaciones de dependencia entre ellas⁶⁷³ que están condicionadas por factores externos: el entorno económico y político de cada agente; y por factores internos: las estructuras y los procesos de decisión de las organizaciones que participan en los intercambios del canal⁶⁷⁴.

El entorno económico viene definido por las estructuras y los procesos a través de los cuales los miembros del canal realizan las transacciones⁶⁷⁵; mientras que el entorno político se basa en las relaciones de dependencia entre los intermediarios.

⁶⁷² C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *La concentración económico-empresarial (los conglomerados)...*, *opus cit.*, p. 427.

⁶⁷³ G.L. FRAZIER: *Interorganizational Exchange Behavior in Marketing Channels: A Broadened Perspective*, *Journal of Marketing*, V. 47, Fall, 1983, pp. 68-78.

⁶⁷⁴ L.W. STERN; T. REVE: *Distribution Channels as Political Economies: A Framework for Comparative Analysis*, *Journal of Marketing*, V. 44, Summer, 1980, pp. 52-64.

R.S. ACHROL; T. REVE; L.W. STERN: *The Environment of Marketing Channel Dyads: A Framework for Comparative Analysis*, *Journal of Marketing*, V. 47, Fall, 1983, pp. 55-67.

⁶⁷⁵ Para un estudio de la teoría de las transacciones ver:

O.E. WILLIAMSON: *Markets and Hierarchies...*, *opus cit.*.

Las relaciones de dependencia entre los miembros del canal de distribución se fundamentan en el ejercicio del poder, entendido como la habilidad de un miembro del canal de afectar las decisiones estratégicas de comercialización de otro intermediario, con el objetivo de especificar las funciones de cada miembro y coordinarlas entre todos los miembros del canal⁶⁷⁶.

El mayor o menor poder de una organización en el canal de distribución depende del tamaño, del éxito económico, del poder financiero, de las destrezas técnicas y del acceso a la información⁶⁷⁷.

El control del canal de distribución⁶⁷⁸ depende de las formas de poder y de su ejercicio⁶⁷⁹ por parte de las organizaciones que participan en aquél; y pueden provocar tanto situaciones de cooperación como de conflicto entre los miembros del canal de distribución.

La cooperación se produce cuando hay "un proceso de coaligación con otros miembros para conseguir un propósito u objetivo de beneficio mutuo"⁶⁸⁰.

⁶⁷⁶ L.W. STERN; A.I. EL-ANSARY; J.R. BROWN: *Management in...*, *opus cit.*, p. 328.

⁶⁷⁷ H. ETGAR: *Channel Environment and Channel Leadership*, *Journal of Marketing Research*, V. 14, February, 1977, pp. 69-76.

⁶⁷⁸ L. BUCKLIN: *A Theory of Channel Control*, *Journal of Marketing*, V. 37, January, 1973, pp. 39-47.

⁶⁷⁹ Para un estudio en profundidad sobre las formas y el ejercicio del poder puede verse:

J. BROWN; R. DAY: *Measures of Manifest Conflict in Distribution Channels*, *Journal of Marketing Research*, V. 18, August, 1981, pp. 263-274.

J. BROWN; R. LUSCH; D. MUEHLING: *Conflict and Power-Dependence Relations in Retailer-Supplier Channels*, *Journal of Retailing*, V. 59, Winter, 1983, pp. 53-80.

A. EL-ANSARY; L. STERN: *Power Measurement in the Distribution Channel*, *Journal of Marketing Research*, V. 9, February, 1972, pp. 47-52.

G.L. FRAZIER; R.C. RODY: *The Use of Influence Strategies in Interfirm Relationships in Industrial Product Channels*, *Journal of Marketing*, V. 55, January, 1991, pp. 52-69.

G.L. FRAZIER; J.O. SUMMERS: *Interfirm Influence Strategies and Their Application within Distribution Channels*, *Journal of Marketing*, V. 48, Summer, 1984, pp. 43-55.

J. GASKI; J. NEVIN: *The Differential Effects of Exercised and Unexercised Power Sources in a Marketing Channel*, *Journal of Marketing Research*, V. 22, May, 1985, pp. 130-142.

⁶⁸⁰ P. MUÑOZ: *Análisis económico del canal: teoría de las transacciones*, en CASARES, J. (Comp.); BRIZ, J.; REBOLLO, A.; MUÑOZ, P.: *La economía de la distribución comercial*, Ariel, Barcelona, 1987, pp. 165-178, p. 169.

El conflicto se produce cuando un miembro percibe que otro(s) miembro(s) del canal impide(n) la consecución de los objetivos de el(los) primero(s)⁶⁸¹. Las causas que dan lugar a los conflictos en los canales son⁶⁸²:

- La incompatibilidad de los objetivos entre los miembros del canal.
- Las interferencias de dominio.
- Las diferentes percepciones de la realidad.

Pero los conflictos en los canales de distribución no tienen porque ser disfuncionales, debido a que⁶⁸³:

- Los niveles moderados de conflictos no son considerados como un coste por los miembros de un canal de distribución.
- Los puntos de vista divergentes producen ideas de mejor calidad.
- Un conflicto no tiene porque ser irracional o destructivo, sino que puede ser creativo y constructivo.

La formación de sistemas integrados de distribución, tanto de sociedades cooperativas como de empresas capitalistas convencionales, son una fórmula para eliminar o reducir los conflictos, tanto verticales como horizontales, en los canales de distribución mejorando el funcionamiento de los mismos y eliminando la insatisfacción de los miembros⁶⁸⁴.

Por otro lado, la reciente legislación en el ámbito del Estado español, en materia de comercio pretende eliminar algunos conflictos entre los intermediarios. Los aspectos regulados son los siguientes:

⁶⁸¹ L.W. STERN; A.I. EL-ANSARY; J.R. BROWN: **Management in...**, *opus cit.*, p. 361.

⁶⁸² S. HUNT; J. NEVIN; *Power in a Channel of Distribution: Sources and Consequences*, **Journal of Marketing Research**, V. 11, May, 1974, pp. 186-193.

L.W. STERN; A.I. EL-ANSARY; J.R. BROWN: **Management in...**, *opus cit.*, pp. 361-364.

⁶⁸³ R. VÁZQUEZ CASIELLES: *El marco actual de las relaciones fabricante-distribuidor: Negociación y Cooperación*, **Información Comercial Española**, N. 713, enero, 1993, pp. 89-99, p. 90.

⁶⁸⁴ H. ASSAEL: *The Political Role of Trade Associations in Distribute Conflict Resolution*, **Journal of Marketing**, V. 32, April, 1968, pp. 21-28.

M. DEUTSCH: **The Resolution of Conflict**, Yale University Press, New Haven, 1973.

L.W. STERN; A.I. EL-ANSARY; J.R. BROWN: **Management in...**, *opus cit.*, pp. 364-380.

1.- Los plazos de pagos a los proveedores⁶⁸⁵.

En este aspecto se estipula que, a falta de pacto expreso, el pago del precio de los productos que los intermediarios adquieran, sea el mismo día de su recepción⁶⁸⁶.

En el caso, de que se acuerden "aplazamientos de pago que excedan de los sesenta días desde la fecha de entrega y recepción de las mismas, el pago deberá quedar instrumentado (*sic*) en documento que lleve aparejada acción cambiaria con mención expresa de la fecha de pago, indicada en la factura. Este documento deberá emitirse o aceptarse por los comerciantes dentro del plazo de 30 días desde la fecha de la recepción de la mercancía, siempre que la factura haya sido previamente enviada. Por la concesión de aplazamientos de pago superiores a ciento veinte días, el vendedor podrá exigir que queden garantizados mediante aval bancario o seguro de crédito o caución"⁶⁸⁷.

2.- Los horarios comerciales.

En cuanto a los horarios comerciales, se estipula la libertad de horarios⁶⁸⁸, aunque no será de aplicación "hasta que el Gobierno conjuntamente con el Gobierno de cada una de las Comunidades Autónomas así lo decidan para su correspondiente territorio, y no antes del uno de enero del año 2001"⁶⁸⁹.

Pero hasta que se produzca lo estipulado más arriba, las Comunidades Autónomas regularán los horarios de apertura y cierre de los locales comerciales en sus respectivos ámbitos comerciales, con un límite máximo de horario global de actividad de setenta y dos horas semanales, y de ocho domingos y festivos al año.

⁶⁸⁵ Para un estudio sobre los plazos de pago ver:

M.V. ROMÁN GONZÁLEZ: **Los plazos de pago en las relaciones entre la industria alimentaria y la distribución: repercusiones en el ámbito del marketing (*sic*)**, Tesis Doctoral, Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Complutense de Madrid, Madrid, 1994.

⁶⁸⁶ ESPAÑA: LEY 7/1996..., *opus cit.*, artículo 17.1.

⁶⁸⁷ *Ibid.*, artículo 17.3.

⁶⁸⁸ ESPAÑA: LEY ORGÁNICA 2/1996..., *opus cit.*, artículo 2.

⁶⁸⁹ *Ibid.*, artículo 3.

3.- Las actividades de promoción de ventas⁶⁹⁰.

Las actividades de promoción de ventas que se regulan son: la venta multinivel, la venta en rebajas, la venta en promoción, la venta de saldos, la venta en liquidación, la venta con obsequios y la oferta de venta directa.

4.- Las ventas especiales⁶⁹¹.

La regulación sobre el Comercio Minorista considera y regula los siguientes tipos de ventas especiales: la venta a distancia, la venta automática, la venta ambulante o no sedentaria, la venta en pública subasta y la franquicia.

3.5. Análisis de las fórmulas de concentración para la formación de conglomerados cooperativos⁶⁹².

Las empresas, incluidas las sociedades cooperativas, pueden acometer procesos de concentración económico-empresarial para formar conglomerados a través de sistemas integrados de distribución verticales y horizontales, de dos modos o maneras:

- Sin vinculación patrimonial, que no supone la pérdida de la personalidad jurídica de las empresas participantes.
- Con vinculación patrimonial, en el que las empresas participantes pierden su personalidad jurídica.

En todo caso, un proceso de concentración puede conllevar una pérdida relativa del poder de decisión, como consecuencia del sometimiento a una disciplina de grupo; que puede estar compensada por la expectativa de sinergia que conlleva el proceso.

⁶⁹⁰ ESPAÑA: LEY 7/1996..., *opus cit.*, Título II.

⁶⁹¹ *Ibid.*, Título III.

⁶⁹² En este epígrafe se sigue a:

C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *La concentración económico-empresarial (los conglomerados)*..., *opus cit.*.

C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *La concentración económico-empresarial*..., *opus cit.*.

Hay una correlación directa entre el grado de concentración que implica el proceso de concentración económico-empresarial y el nivel de restricciones u obligaciones (patrimoniales, económicas, jurídicas, directivas, organizativas, etcétera) que estos procesos conllevan. Es decir, que a mayor grado de integración puede corresponder una mayor pérdida de independencia (al menos teóricamente) y un mayor nivel de compromisos.

3.5.1. Las fórmulas de concentración económico-empresarial sin vinculación patrimonial.

La legislación en materia de sociedades cooperativas del Estado español estipula que "las Sociedades Cooperativas, ya sean de primer grado o de segundo o ulterior, podrán contraer vínculos societarios o formar consorcios con otras personas físicas o jurídicas, a fin de facilitar o garantizar las actividades empresariales que desarrollen para la consecución de su objetivo social"⁶⁹³.

En el siguiente cuadro se exponen las manifestaciones de la concentración sin vinculación patrimonial para las sociedades cooperativas.

Razón Formas	Funcional	Dirección	Ambas
Genéricas	<ul style="list-style-type: none"> • Unión temporal de empresas. • Agrupación de interés económico. • Sociedad de garantía recíproca. 	<ul style="list-style-type: none"> • Grupo de empresas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Sociedad de empresas.
Específicas	<ul style="list-style-type: none"> • Sociedad cooperativa de segundo o ulterior grado. • Sociedad cooperativa de integración. 	<ul style="list-style-type: none"> • Grupo de sociedades cooperativas. • Unión, federación y confederación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Sociedad cooperativa de servicios.

Cuadro 3.3.

Las fórmulas de concentración económico-empresarial sin vinculación patrimonial⁶⁹⁴.

⁶⁹³ ESPAÑA: LEY 3/1987..., *opus cit.*, artículo 149.

⁶⁹⁴ Adaptación de la clasificación contenida en:

C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *La concentración económico-empresarial (los conglomerados)*..., *opus cit.*, p. 439.

Con carácter general, es recomendable la utilización por parte de las sociedades cooperativas de fórmulas específicas, por dos motivos:

- Para mantener los principios cooperativos evitando el riesgo de contaminación de valores ajenos y contrarios a los específicos de las sociedades cooperativas⁶⁹⁵.
- Para evitar que los beneficios obtenidos por las sociedades cooperativas con la participación en empresas de naturaleza no cooperativa se destinen íntegramente al "Fondo de Reserva Obligatorio"⁶⁹⁶; que aunque aumenta la solvencia financiera de la sociedad cooperativa, reduce la rentabilidad financiera de los socios, debido a su ausencia rentabilidad⁶⁹⁷.

En lo que sigue, se analizan las distintas fórmulas de concentración sin vinculación patrimonial que las sociedades cooperativas pueden utilizar para formar sistemas integrados de distribución verticales (de tipo corporativo y contractual) y horizontales con base en: las características de las fórmulas, las actividades de distribución y las formas comerciales que crean, en su caso.

3.5.1.1. Las fórmulas de concentración económico-empresarial sin vinculación patrimonial de carácter genérico.

3.5.1.1.1. Por razón funcional.

3.5.1.1.1.1. La unión temporal de empresas.

3.5.1.1.1.1.1. El concepto de la unión temporal de empresas.

⁶⁹⁵ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *La concentración económico-empresarial (los conglomerados)...*, *opus cit.*, p. 432.

⁶⁹⁶ ESPAÑA: LEY 3/1987..., *opus cit.*, artículo 83.2.

⁶⁹⁷ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *Estudio del régimen económico...*, *opus cit.*, pp. 193-194.

La unión temporal de empresas es un sistema de colaboración entre personas físicas y/o jurídicas por cierto tiempo, determinado o indeterminado, para el desarrollo o ejecución de una obra, servicio o suministro⁶⁹⁸.

3.5.1.1.1.2. Las características de la unión temporal de empresas.

Cabe destacar las siguientes:

- 1.- Es un acuerdo de colaboración sin personalidad jurídica propia⁶⁹⁹.
- 2.- La actividad consiste en desarrollar o ejecutar exclusivamente una obra, servicio o suministro concreto; y servicios complementarios al objeto principal⁷⁰⁰; con un límite temporal máximo de diez años.
- 3.- La estructura administrativa está compuesta por un gerente único "con poderes suficientes de todos y cada uno de sus miembros para ejercitar los derechos y contraer las obligaciones correspondientes"⁷⁰¹.
- 4.- La responsabilidad de los socios es solidaria e ilimitada⁷⁰², como consecuencia de no tener un capital propio, que pueda ofrecer garantías a terceros por las deudas derivadas de las actividades de la unión.
- 5.- Los beneficios fiscales para las uniones inscritas en el Registro Especial del Ministerio de Economía y Hacienda⁷⁰³ se recogen en el siguiente cuadro:

⁶⁹⁸ ESPAÑA: LEY 18/1982, de 26 de mayo, sobre régimen fiscal de Agrupaciones y Uniones Temporales de Empresas y de Sociedades de Desarrollo Regional, **B.O.E.** del 9 de junio, artículo 7.1.

⁶⁹⁹ *Ibíd.*, artículo 7.2.

⁷⁰⁰ *Ibíd.*, artículo 8.b.

⁷⁰¹ *Ibíd.*, artículo 8.d.

⁷⁰² *Ibíd.*, artículo 8.e.8.

⁷⁰³ ESPAÑA: LEY 12/1991, de 29 de abril, de Agrupaciones de Interés Económico, **B.O.E.** del 30, Disposición Adicional Segunda.

J.L. JUAN PEÑALOSA: **Régimen Fiscal de las Agrupaciones de Interés Económico y de las Uniones Temporales de Empresas**, Agrupación Nacional de Constructores de Obras, Madrid, 1991.

Imposición	Beneficios fiscales
Directa	Régimen de transparencia fiscal ⁷⁰⁴ en el Impuesto de Sociedades.
Indirecta	Las operaciones de constitución, ampliación, reducción, disolución y liquidación están exentas en el Impuesto de Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados.

Cuadro 3.4.
Los beneficios fiscales de la unión temporal de empresas.

3.5.1.1.1.3. La evaluación de la unión temporal de empresas en lo que afecta a la distribución.

Con base en las características descritas más arriba, en especial la consideración de acuerdo contractual y la limitación temporal de la actividad, la unión temporal de empresas puede ser utilizada para formar sistemas integrados de distribución horizontales de carácter no espacial; es decir, para la centralización de las actividades de aprovisionamiento, utilización común de instalaciones y equipos de distribución.

3.5.1.1.1.2. La agrupación de interés económico⁷⁰⁵.

3.5.1.1.1.2.1. El concepto de agrupación de interés económico.

La agrupación de interés económico es una figura asociativa de reciente creación, que se define como "una sociedad mercantil cuyo objeto tiene el carácter de actividad económica auxiliar de la actividad desarrollada por sus socios..."⁷⁰⁶.

⁷⁰⁴ A este respecto puede verse:

ESPAÑA: LEY 43/1995..., *opus cit.*, artículo 68.1.

El régimen de transparencia fiscal está regulado en:

ESPAÑA: LEY 43/1995..., *opus cit.*, Título VIII, Capítulo VI.

⁷⁰⁵ La agrupación de interés económico está regulada por:

ESPAÑA: LEY 12/1991..., *opus cit.*.

Y con carácter supletorio la normativa de la sociedad colectiva, debido a su afinidad tipológica, contenida en:

ESPAÑA: Código Comercio, *opus cit.*, artículos del 125 al 144.

⁷⁰⁶ A.J. SERRA MALLOL: *Las agrupaciones de interés económico: una nueva forma social*, Tecnos, Madrid, 1992, p. 28.

El origen de la agrupación está en la agrupación europea de interés económico⁷⁰⁷, que cumple en el ámbito de la Unión Europea, las mismas funciones que la agrupación de interés económico en el Estado español.

3.5.1.1.1.2.2. Las características de la agrupación de interés económico.

Las características a destacar de las agrupaciones de interés económico son:

- 1.- El carácter mercantil y la personalidad jurídica propia⁷⁰⁸.
- 2.- La actividad "se limitará exclusivamente a una actividad económica auxiliar de la que desarrollen sus socios"⁷⁰⁹. Es decir, no puede coincidir ni sustituir a las actividades de los socios, no pudiendo desarrollar una actividad distinta a la auxiliar, entendiéndola "simplemente vinculada o relacionada con la actividad de los miembros"⁷¹⁰.
- 3.- Los socios pueden ser personas físicas o jurídicas que desarrollen actividades empresariales, agrícolas o artesanales; entidades no lucrativas dedicadas a la investigación; y quienes ejerzan profesiones liberales⁷¹¹.

⁷⁰⁷ Para un análisis en profundidad puede verse entre otros:

COMUNIDADES EUROPEAS: REGLAMENTO (CEE) N. 2137/85 DEL CONSEJO, de 25 de julio de 1985 relativo a la constitución de una Agrupación Europea de Interés Económico (AEIE), **D.O.C.E.** N. L 199/1 del 31.

COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS: **La AEIE. El surgimiento de una nueva cooperación europea**, Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas, Luxemburgo, 1993.

J.M. GARCÍA CALLEJO; L. GONZÁLEZ PINO: **Las agrupaciones de interés económico (española y europea)**, Ediciones Analíticas Europeas, Madrid, 1991.

J. MASSAGUER FUENTES: **La agrupación europea de interés económico (AEIE)**, IMPIVA, Valencia, 1989.

A. PAU PEDRÓN: *El reglamento comunitario sobre agrupaciones europeas de interés económico y su desarrollo por los Estados miembros*, **Gaceta Jurídica de la CEE**, Boletín N. 35, 1988, pp. 2-7.

⁷⁰⁸ ESPAÑA: LEY 12/1991..., *opus cit.*, artículo 1.

⁷⁰⁹ *Ibid.*, artículo 3.1.

⁷¹⁰ A. PAU PEDRÓN (Coord.): **Comentarios a la Ley de Agrupaciones de Interés Económico**, Tecnos, Madrid, 1992, p. 28.

⁷¹¹ ESPAÑA: LEY 12/1991..., *opus cit.*, artículo 4.

- 4.- El órgano de administración puede estar compuesto por una o varias personas físicas y/o jurídicas nombrada(s) por la asamblea⁷¹².
- 5.- La distribución del resultado se puede realizar según distintos criterios, incluso a partes iguales⁷¹³.
- 6.- La responsabilidad de los socios por las deudas sociales es solidaria e ilimitada, pero subsidiaria de la responsabilidad de la agrupación⁷¹⁴.
- 7.- Los beneficios fiscales⁷¹⁵ son los mismos que los analizados para la unión temporal de empresas⁷¹⁶.

3.5.1.1.1.2.3. Evaluación de la agrupación de interés económico en lo que afecta a la distribución.

La agrupación de interés económico como fórmula de concentración tiene cierto parecido con la sociedad cooperativa⁷¹⁷, debido a su carácter personalista⁷¹⁸. Pero la limitación de la actividad a desarrollar supone un inconveniente para establecer una red comercial.

La agrupación europea de interés económico puede utilizarse por las sociedades cooperativas como fórmula para constituir sistemas integrados de distribución horizontales de carácter no espacial; es decir para:

- agrupar las compras de materias primas, productos intermedios y productos finales.
- utilizar de forma conjunta instalaciones, almacenes y redes de distribución.
- realizar publicidad conjunta.

⁷¹² *Ibid.*, artículo 12.

⁷¹³ *Ibid.*, artículo 21.

⁷¹⁴ *Ibid.*, artículo 5.

⁷¹⁵ ESPAÑA: LEY 43/1995..., *opus cit.*, artículo 66.

ESPAÑA: LEY 12/1991..., *opus cit.*, artículo 25.

⁷¹⁶ Ver el epígrafe 3.5.1.1.1.2. Las características de la unión temporal de empresas, pp. 258-259.

⁷¹⁷ J. DIVAR GARTEIZ-AURRECOA: *Las agrupaciones europeas de interés económico y las cooperativas*, CIRIEC-España, N. 7, junio-septiembre, 1989, pp. 113-120.

⁷¹⁸ Sobre este aspecto puede verse:

A. PAU PEDRÓN (Coord.): *Comentarios a la...*, *opus cit.*, pp. 27-36.

- representar conjuntamente los productos de las sociedades cooperativas.
- realizar investigaciones conjuntas.

Entre las agrupaciones creadas por sociedades cooperativas para la distribución de los productos, cabe destacar las siguientes:

- La agrupación de interés económico del CAMP DEL TÚRIA, SERRANOS Y CHESTE, formada por cinco sociedades cooperativas agrarias, que a parte de comercializar conjuntamente los productos de las sociedades cooperativas, compran en común envases y embalajes y utilizan conjuntamente los almacenes⁷¹⁹.
- La agrupación de interés económico L'HORTA SUD constituida por cinco sociedades cooperativas agrarias⁷²⁰.
- La agrupación de interés económico VALLFRUT (Vall d'Albaida) creada por ocho sociedades cooperativas agrarias⁷²¹.

3.5.1.1.1.3. La sociedad de garantía recíproca⁷²².

⁷¹⁹ AGRICULTURA Y COOPERACIÓN: *El Camp del Túria, los Serranos y Cheste someten a sus asambleas la aprobación del consorcio cooperativo*, **Agricultura y Cooperación**, N. 98, enero, 1992.

A.J. SERRA MALLOL: *Las agrupaciones de...*, *opus cit.*, p. 41.

⁷²⁰ CENTRO DE INVESTIGACIÓN E INFORMACIÓN SOBRE LA ECONOMÍA PÚBLICA, SOCIAL Y COOPERATIVA: *Se constituye el Consorcio Cooperativo de L'Horta Sud para impulsar la competitividad cooperativa*, **Noticias de la Economía Pública, Social y Cooperativa**, N. 6, diciembre, 1992, p. 12.

⁷²¹ AGRICULTURA Y COOPERACIÓN: *La Vall D'Albaida reconvierte su organización cooperativa*, **Agricultura y Cooperación**, N. 107, noviembre, 1992, pp. 43-45.
CENTRO DE INVESTIGACIÓN E INFORMACIÓN SOBRE LA ECONOMÍA PÚBLICA, SOCIAL Y COOPERATIVA: *8 cooperativas crean el Consorcio de la Vall D'Albaida*, **Noticias de la Economía Pública, Social y Cooperativa**, N. 6, diciembre, 1992, p. 13.

⁷²² Para un análisis en profundidad puede verse:

A. BERCOVITZ Y RODRÍGUEZ CANO: *La nueva Ley 1/1994, sobre Sociedades de Garantía Recíproca*, **Papeles de Economía Española**, N. 47, 1994, pp. 7-34.

G.M. GÓMEZ JIMÉNEZ: *Las sociedades de garantía recíproca. Un instrumento de apoyo a las PYMES españolas*, **Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa**, V. 4, N. 2, 1995, pp. 65-73.

J.M. IVÁÑEZ GIMENO: *El IMPI y las sociedades de garantía recíproca*, **Papeles de Economía Española**, N. 47, 1994, pp. 51-80.

M. SESTO PEDREIRA: *Evolución y desarrollo de las sociedades de garantía recíproca*, **Papeles de Economía Española**, N. 47, 1994, pp. 35-50.

3.5.1.1.1.3.1. El concepto de la sociedad de garantía recíproca.

La sociedad de garantía recíproca es una entidad financiera⁷²³ dedicada a “prestar a los empresarios que la forman garantías por aval o cualquier otro medio admitido en derecho a favor de sus socios, por las operaciones que éstos realicen dentro del giro o tráfico de las empresas de que sean titulares”⁷²⁴.

3.5.1.1.1.3.2. Las características de la sociedad de garantía recíproca.

Cabe destacar las siguientes:

- 1.- La personalidad jurídica propia y el carácter mercantil⁷²⁵.
- 2.- Las funciones a desarrollar por la sociedad son⁷²⁶:
 - Conceder avales a los socios.
 - Facilitar el acceso de los socios a líneas de financiación privilegiada y obtener mejores condiciones en sus créditos.
 - Prestar servicios como: información sobre nuevos instrumentos financieros, asesoramiento sobre los proyectos empresariales a realizar, y promoción e incentivo a la inversión.
- 3.- Los socios pueden ser de dos tipos⁷²⁷:
 - Partícipes, a cuyo favor la sociedad presta avales.
 - Protectores, que participan únicamente en el capital social.

⁷²³ Debido a esta consideración se les aplica:

ESPAÑA: LEY 26/1988, de 29 de julio, sobre Disciplina e Intervención de las Entidades de Crédito, **B.O.E.** del 30.

⁷²⁴ A.S. SUÁREZ SUÁREZ: **Diccionario de economía...**, *opus cit.*, p. 266.

⁷²⁵ ESPAÑA: LEY 1/1994, de 11 de marzo, sobre el Régimen jurídico, fiscal y financiero de las Sociedades de Garantía Recíproca, **B.O.E.** del 12, artículo 4.

La constitución ha de ser autorizada por el Ministerio de Economía y Hacienda, previo informe del Banco de España y de la Comunidad Autónoma donde la sociedad pretenda establecer su domicilio social. Por otro lado, para que pueda desarrollar su actividad debe inscribirse en el Registro Especial del Banco de España.

⁷²⁶ ESPAÑA: LEY 1/1994..., *opus cit.*, artículo 2.

⁷²⁷ *Ibid.*, artículo 6.

El número mínimo de socios partícipes para constituir una sociedad de garantía recíproca es de ciento cincuenta⁷²⁸.

4.- El capital social mínimo es de trescientos millones de pesetas, dividido en participaciones de igual valor⁷²⁹.

5.- La participación de los socios en la junta general y en la distribución del resultado generado se realiza con base en las aportaciones al capital social⁷³⁰.

6.- Los beneficios fiscales⁷³¹ se recogen en el siguiente cuadro:

Imposición	Beneficios fiscales
Directa	<ul style="list-style-type: none"> • El tipo de gravamen es del veinticinco por ciento en el Impuesto de Sociedades⁷³². • Las subvenciones de las Administraciones Públicas están exentas en el Impuesto de Sociedades. • Las dotaciones al fondo de provisiones técnicas son deducibles de la base imponible del Impuesto de Sociedades.
Indirecta.	Las operaciones de constitución, de aumento y disminución del capital social están exentas en el Impuesto de Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados.

Cuadro 3.5.
Los beneficios fiscales de la sociedad de garantía recíproca

3.5.1.1.1.3.3. Evaluación de la sociedad de garantía recíproca en lo que afecta a la distribución.

La constitución de este tipo de sociedad por parte de las sociedades cooperativas no tiene ninguna utilidad desde el análisis de la distribución. En todo caso, podría considerarse como entidad financiera que canalizara los flujos financieros dentro de un conglomerado cooperativo formado a través de sistemas integrados de distribución, pero la limitación de su actividad a la concesión de avales y la prestación de servicios hace inviable el desarrollo de esa función.

⁷²⁸ *Ibid.*, artículo 16.

⁷²⁹ *Ibid.*, artículo 8.1.

⁷³⁰ *Ibid.*, artículos 23 y 53.1.

⁷³¹ *Ibid.*, artículo 68.

⁷³² ESPAÑA: LEY 43/1995..., *opus cit.*, artículo 26.2.g).

3.5.1.1.2. Por razón de dirección.

3.5.1.1.2.1. El grupo de empresas.

3.5.1.1.2.1.1. El concepto de grupo de empresas.

Un grupo de empresas es un conjunto de sociedades jurídicamente independientes que ajustan sus actuaciones a las normas emanadas de una dirección única para todo el grupo⁷³³; es decir, que hay un grupo de empresas cuando la capacidad para tomar decisiones que afecten a cualquiera o todas las sociedades implicadas, se halla en manos de una de ellas⁷³⁴.

3.5.1.1.2.1.2. Las características del grupo de empresas.

Cabe destacar las siguientes:

- 1.- Los grupos pueden estar formados por diversos tipos de empresas: sociedades anónimas, sociedades limitadas y sociedades comanditarias por acciones⁷³⁵.
- 2.- Las presunciones sobre la pertenencia de diferentes sociedades a un mismo grupo se basan en⁷³⁶:
 - Poseer la mayoría de los derechos de voto.
 - Tener la facultad de nombrar o de destituir a la mayoría de los miembros del órgano de administración.

⁷³³ A.S. SUÁREZ SUÁREZ: **Decisiones óptimas de inversión...**, *opus cit.*, p. 725.

⁷³⁴ P. RIVERO TORRE: **Análisis de balances y estados complementarios**, Pirámide, Madrid, 1988, p. 99.

⁷³⁵ ESPAÑA: LEY 43/1995..., *opus cit.*, artículo 81.1.

⁷³⁶ COMUNIDADES EUROPEAS: SÉPTIMA DIRECTIVA DEL CONSEJO, de 13 de junio de 1983, basada en la letra g) del apartado 3 del artículo 54 del Tratado, relativa a las cuentas consolidadas, **D.O.C.E.** N. L 193/1, de 18 de julio, artículo 1.1.

ESPAÑA: LEY 19/1989, de 25 de julio, de reforma parcial y adaptación de la legislación mercantil a las Directivas de la Comunidad Económica Europea (CEE) en materia de sociedades, **B.O.E.** del 27, artículo segundo, que modifica el Título III del Libro Primero del Código de Comercio, artículo 42.1.

- Disponer de la mayoría de los derechos de voto, en virtud de acuerdos celebrados con otros socios.
- Haber nombrado con sus votos a la mayoría de los miembros del órgano de administración.

3.- La obligación de la sociedad dominante de confeccionar las cuentas anuales y el informe de gestión consolidado. Esto no exime para que las sociedades integrantes del grupo formulen sus propias cuentas anuales y el informe de gestión correspondiente⁷³⁷.

3.5.1.1.2.1.3. Evaluación de los grupos de empresa en lo que afecta a la distribución.

La participación de las sociedades cooperativas en un grupo de empresas como sociedades filiales es inviable debido su estructura financiera⁷³⁸; aunque la sociedad cooperativa puede ser la sociedad dominante de un grupo de empresas.

Los grupos de empresas pertenecientes a sociedades cooperativas pueden crearse a través de:

1.- Una sociedad anónima como entidad cabeza de un grupo de sociedades cooperativas⁷³⁹.

Esta forma ha sido utilizada por el GRUPO EROSKI, que a través de su entidad cabeza de grupo CENTROS COMERCIALES S.A. (CECOSA) crea la sociedad de cartera EROSMER S.A. en la que CECOSA tiene la mayoría del capital junto a otros socios como: ARGENTARIA, la ORGANIZACIÓN NACIONAL DE

⁷³⁷ COMUNIDADES EUROPEAS: SÉPTIMA DIRECTIVA DEL CONSEJO..., *opus cit.*, artículo 1.1. ESPAÑA: LEY 19/1989..., *opus cit.*, artículo segundo, que modifica el Título III del Libro Primero del Código de Comercio, Sección Tercera.

⁷³⁸ Ver el epígrafe 2.2.5. La estructura financiera de la sociedad cooperativa, pp. 105-123.

⁷³⁹ Con base en:

CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE COOPERATIVAS DE CONSUMIDORES Y USUARIOS (HISPACOOOP): *Las cooperativas de consumidores...*, *opus cit.*, pp. 18-21.

GRUPO EROSKI: *Memoria del Grupo Eroski 1993*, Vizcaya, 1994.

GRUPO EROSKI: *Informe del Grupo Eroski 1992*, Vizcaya, 1993.

GRUPO EROSKI: *Informe del Grupo Eroski 1991*, Vizcaya, 1992.

CIEGOS (O.N.C.E.), la CAJA BILBAO BIZKAINA KUTXA (B.B.K.), la CAJA GUIPÚZCOA DE SAN SEBASTIÁN (KUTXA) y LAGUN ARO, entidad de previsión social.

El objetivo de CENTROS COMERCIALES S.A., y por tanto del GRUPO EROSKI, es la creación y explotación de una cadena de grandes superficies, hipermercados⁷⁴⁰, compitiendo con los grandes grupos europeos de distribución. Para ello EROSMER S.A. crea sociedades de explotación regionales de los hipermercados, en las que tiene la mayoría del capital. Junto con EROSMER S.A. participan como accionistas en las sociedades de explotación: los directivos, la CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE COOPERATIVAS DE CONSUMIDORES Y USUARIOS (HISPACOO), la sociedad financiera de las sociedades cooperativas italianas GRANDE DISTRIBUZIONE EUROPEA (G.D.E.) y otros accionistas.

2.- Una sociedad cooperativa de segundo grado⁷⁴¹.

La sociedad cooperativa de segundo grado ANECOOP, S.COOP. ha creado su propia red comercial en Europa a través de un grupo de sociedades anónimas⁷⁴² que actúan como mayoristas, y supone la formación de un sistema integrado de

⁷⁴⁰ Con los nombres comerciales EROSKI para superficies comerciales de más de cinco mil metros cuadrados y MAXI para superficies que oscilan entre los dos mil y los cuatros mil metros cuadrados.

⁷⁴¹ Con base en:

CENTRO DE INVESTIGACIÓN E INFORMACIÓN SOBRE LA ECONOMÍA PÚBLICA, SOCIAL Y COOPERATIVA: *Empresas excelentes de la economía social: ANECOOP, CIRIEC-España*, N. 19, octubre, 1995, pp. 79-100.

J.L. RIERA GUARDIA; J.E. CONTELL GARCÍA; P. GIRONES ANSUATEGUI; E. MONTESA ANDRÉS; S. ROS MUÑOZ: *Gestión empresarial. El caso de dieciocho cooperativas*, Instituto de Promoción y Fomento del Cooperativismo, Generalidad de Valencia, 1992, pp. 69-76.

⁷⁴² Las sociedades creadas y el ámbito geográfico de actuación se contiene en el siguiente cuadro:

Denominación	Ámbito geográfico de actuación
ANECOOP-FRANCE S.A.R.L.	Francia
FESA U.K. Ltd.	Reino Unido
FRUCHTPARTNER GmbH	Alemania (sur y centro).
IFTA GmbH	Europa del Este.
MERCATO GmbH	Alemania.
I.F.S.	Austria y países limítrofes.

Cuadro 3.6.

El grupo de empresas de ANECOOP, S.COOP.

distribución vertical, acortando los circuitos comerciales con el consiguiente aumento del valor añadido para los socios.

3.- Una sociedad cooperativa de servicios.

Las sociedades cooperativas de servicios dedicadas a la distribución crean sociedades filiales para aumentar la gama de servicios a los socios, aumentar y mejorar infraestructura de distribución y para introducir productos con marca propia.

En este sentido cabe destacar dos grupos de empresas creados por sociedades cooperativas de servicios⁷⁴³:

- La COOPERATIVA DE FARMACÉUTICOS ESPAÑOLES (COFARES) S.COOP.⁷⁴⁴

Esta sociedad cooperativa complementa su actividad, la distribución de productos farmacéuticos, a través de catorce filiales en todo el territorio nacional. Por otro lado, la sociedad cooperativa comercializa productos de marca propia "Aposán".

- La UNIÓN DE DETALLISTAS ESPAÑOLES (UNIDE), S.COOP.⁷⁴⁵

Para aumentar la gama de servicios ofrecidos a los socios, minoristas, y a otros minoristas no asociados la sociedad cooperativa crea siete sociedades

⁷⁴³ Estas sociedades cooperativas de servicios se estudian en el epígrafe 3.5.1.2.3.1.3. Evaluación de la sociedad cooperativa de servicios en lo que se refiere a la distribución, pp. 283-284.

⁷⁴⁴ A. QUESADA: *Cofares potencia la marca Aposán en la venta de farmacia*, **El País Negocios**, domingo 5 de junio, 1994, p. 35.

A. QUESADA: *Recetas perfumadas*, **El País Negocios**, domingo 30 de mayo, 1993, pp. 10-11.

⁷⁴⁵ Con base en:

GRUPO MADRILEÑO DE ABASTECIMIENTO (GRUMA), S.COOP.: **Informe anual 1992**, Madrid, 1993.

UNIÓN DE DETALLISTAS ESPAÑOLES (UNIDE), S.COOP.: **Memoria 1994**, Madrid, 1995.

UNIÓN DE DETALLISTAS ESPAÑOLES (UNIDE), S.COOP.: **Memoria 1993**, Madrid, 1994.

filiales⁷⁴⁶, incluyendo en ellas una sociedad sucursalista de supermercados y autoservicios.

3.5.1.1.3. Por razón funcional y de dirección.

3.5.1.1.3.1. La sociedad de empresas.

3.5.1.1.3.1.1. El concepto de sociedad de empresas.

Las sociedades de empresas "son sociedades anónimas constituidas por empresas que, conservando su independencia y su personalidad, se unen para la consecución de ciertos objetivos comunes"⁷⁴⁷.

3.5.1.1.3.1.2. Las características de la sociedad de empresas.

La sociedad de empresas tiene las características propias de la sociedad anónima.

3.5.1.1.3.1.3. Evaluación de la sociedad de empresas en lo que afecta a la distribución.

La sociedad de empresas puede ser utilizada por las sociedades cooperativas para complementar y mejorar sus actividades de distribución.

⁷⁴⁶ La denominación de las sociedades filiales y su actividad se contiene en el siguiente cuadro:

Denominación	Actividad
G-5	Aspectos logísticos del grupo.
G-3	Asesoramiento laboral, fiscal, jurídico, comercial e informático.
G-2	Dedicada a los productos perecederos.
SUPERA	Gestión de la cadena sucursalista de establecimientos.
CICO	Actividades informáticas.
UNASA	Artes gráficas.
GRUPO TÉCNICO	Reformas, instalaciones y equipamiento de los locales comerciales.

Cuadro 3.7.

El grupo de empresas de la UNIÓN DE DETALLISTAS ESPAÑOLES (UNIDE) S.COOP.

⁷⁴⁷ A. PAU PEDRÓN (Coord.): *Comentarios a la..., opus cit.*, p. 393.

La utilización de esta fórmula por las sociedades cooperativas puede dar lugar a la formación de un grupo de sociedades cooperativas o a un grupo de empresas. Por ello, el análisis de esta fórmula en lo que afecta a la distribución se contiene en el análisis de los grupos de empresa y de los grupos de sociedades cooperativas⁷⁴⁸.

3.5.1.2. Las fórmulas de concentración económico-empresarial sin vinculación patrimonial de carácter genérico.

3.5.1.2.1. Por razón funcional.

3.5.1.2.1.1. La sociedad cooperativa de segundo o ulterior grado.

3.5.1.2.1.1.1. El concepto de sociedad cooperativa de segundo o ulterior grado.

La sociedad cooperativa de segundo grado está formada por dos o más sociedades cooperativas de primer grado, de la misma o de distinta clase, para el cumplimiento y desarrollo de fines comunes de orden económico⁷⁴⁹.

Es necesario aclarar que las sociedades cooperativas de segundo grado "no son cooperativas, sino agrupaciones-temporales o no, de interés económico o no, pero siempre funcionales-empresariales de cooperativas, con determinados fines; pero no son cooperativas en sentido estricto"⁷⁵⁰.

⁷⁴⁸ Ver los epígrafes 3.5.1.1.2.1.3. Evaluación de los grupos de empresa en lo que afecta a la distribución pp. 266-269 y 3.5.1.2.2.1.3. Evaluación de los grupos de sociedades cooperativas en lo que afecta a la distribución, pp. 278-279.

⁷⁴⁹ ESPAÑA: LEY 3/1987..., *opus cit.*, artículo 148.1.

⁷⁵⁰ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *Las personas jurídicas...*, *opus cit.*, p. 61.

3.5.1.2.1.1.2. Las características de la sociedad cooperativa de segundo o ulterior grado.

Las características específicas de la sociedad cooperativa de segundo grado respecto a la de primer grado, son:

- 1.- El voto plural ponderado en el proceso de toma de decisiones con base en la participación en la actividad cooperativizada o en el número de socios que integren las sociedades cooperativas asociadas.

Sobre este aspecto, es necesario que las sociedades cooperativas de segundo grado sean democráticas porque son "creadas por la cooperación de sociedades cooperativas son por si mismas organizaciones indudablemente cooperativas, con la misma obligación que las sociedades de primer grado en lo que se refiere a los principios esenciales cooperativos. Los miembros de organizaciones de segundo grado tienen los mismos derechos. Esta igualdad les da la base propia para la dirección democrática. Es, en consecuencia, bastante consistente aplicar la regla de un miembro un voto a las organizaciones de segundo grado, así como a las de primero"⁷⁵¹.

- 2.- La estructura orgánica de la sociedad cooperativa de segundo grado tiene las siguientes particularidades:

- La asamblea general está compuesta por los representantes de las sociedades cooperativas de primer grado. Estos representantes son, generalmente, los presidentes.
- Los miembros de los órganos sociales no pueden representar a las sociedades cooperativas socias.
- No hay comité de recursos.

- 3.- Los beneficios fiscales de la sociedad cooperativa de segundo grado, que depende de la consideración fiscal de las sociedades cooperativas socias⁷⁵², se encuentran contenidos en el siguiente cuadro:

⁷⁵¹ *Ibíd.*, p. 69.

⁷⁵² ESPAÑA: LEY 20/1990..., *opus cit.*, artículo 35.

Consideración fiscal de las sociedades cooperativas socias	Imposición	Beneficios fiscales de la sociedad cooperativa de segundo grado
Protegidas ⁷⁵⁴	Directa	El tipo de gravamen para los resultados cooperativos es del veinte por ciento en el Impuesto de Sociedades ⁷⁵³ .
	Indirecta	<ul style="list-style-type: none"> • Las operaciones de constitución, ampliación de capital, fusión, escisión, constitución y cancelación de préstamos están exentas en el Impuesto sobre Transmisiones y Actos Jurídicos Documentados. • La bonificación del noventa y cinco por ciento de la cuota en el Impuesto sobre Actividades Económicas. • La bonificación del noventa y cinco por ciento de la cuota en el Impuesto sobre Bienes Inmuebles correspondientes a los bienes de naturaleza rústica en el caso de que la sociedad cooperativa de segundo grado sea agraria o de explotación comunitaria de la tierra.
Especialmente protegidas ⁷⁵⁵	Directa	Los mismos que cuando las sociedades cooperativas socias son protegidas y además: <ul style="list-style-type: none"> • La bonificación del cincuenta por ciento de la cuota íntegra en el Impuesto de Sociedades.
	Indirecta	Los mismos que cuando las sociedades cooperativas socias son especialmente protegidas y además: <ul style="list-style-type: none"> • Las operaciones de adquisición de bienes y derechos destinados directamente al cumplimiento de sus fines sociales y estatutarios están exentas en el Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados.

Cuadro 3.8.
Los beneficios fiscales de la sociedad cooperativa de segundo grado.

3.5.1.2.1.1.3. Evaluación de la sociedad

cooperativa de segundo o ulterior grado en lo que afecta a la distribución.

La sociedad cooperativa de segundo grado es un sistema integrado de distribución horizontal y vertical al mismo tiempo. En la dimensión horizontal, en la medida que se puede comportar como central de compras de las materias primas y materiales necesarios para la realización de las actividades de sus socios y/o de ventas de los productos de las sociedades cooperativas socias; en la dimensión vertical, puede realizar funciones de uno

⁷⁵³ ESPAÑA: LEY 43/1995..., *opus cit.*, artículo 26.3.

⁷⁵⁴ ESPAÑA: LEY 20/1990..., *opus cit.*, artículo 33.

⁷⁵⁵ *Ibid.*, artículo 34.

o varios intermediarios del canal de distribución, es decir, de productores y mayoristas al mismo tiempo.

A continuación se exponen, sin ánimo de exhaustividad, tres casos de sociedades cooperativas de segundo grado que forman sistemas integrados de distribución:

1.- ANECOOP, S.COOP.⁷⁵⁶

Esta sociedad cooperativa actúa como mayorista centralizando las adquisiciones de materias primas necesarias por las sociedades cooperativas socias; por otro lado, desarrolla su función como central de ventas de los productos de las sociedades cooperativas socias. La red comercial en Europa se estructura a través de un grupo de sociedades controladas por ANECOOP, S.COOP.⁷⁵⁷

2.- COARVAL, S.COOP.⁷⁵⁸

Agrupar a ciento cincuenta y siete sociedades cooperativas locales de Valencia y Alicante a través de sus secciones de suministros, actuando como central de compras de suministros agrarios.

Por otro lado, la sociedad cooperativa ha creado una red sucursalista de establecimientos minoristas (Tiendas COARVAL) que distribuyen productos alimenticios y productos específicos para las explotaciones agrarias.

⁷⁵⁶ Con base en:

CENTRO DE INVESTIGACIÓN E INFORMACIÓN SOBRE LA ECONOMÍA PÚBLICA, SOCIAL Y COOPERATIVA: *Empresas excelentes de la economía social: ANECOOP*, *opus cit.*.

J.L. RIERA GUARDIA; J.E. CONTELL GARCÍA; P. GIRONES ANSUATEGUI; E. MONTESA ANDRÉS; S. ROS MUÑOZ: *Gestión empresarial...*, *opus cit.*, pp. 69-76.

⁷⁵⁷ Ver el epígrafe 3.5.1.1.2.1.3. Evaluación de los grupos de empresa en lo que afecta a la distribución, pp. 266-269.

⁷⁵⁸ Con base en:

FEDERACIÓN DE COOPERATIVAS AGRARIAS DE LA COMUNIDAD VALENCIANA:

Coarval abrirá 50 tiendas en Valencia y Alicante, *Agricultura y Cooperación*, N. 120, enero, 1994, pp. 31-34.

FEDERACIÓN DE COOPERATIVAS AGRARIAS DE LA COMUNIDAD VALENCIANA: *Las "tiendas Coarval" una iniciativa que nos acerca a Europa*, *Agricultura y Cooperación*, N. 116, septiembre, 1993, pp. 5-8.

FEDERACIÓN DE COOPERATIVAS AGRARIAS DE LA COMUNIDAD VALENCIANA:

Coarval controlará las compras de las asociadas, *Agricultura y Cooperación*, N. 59, junio, 1988, pp. 30-31.

3.- ELAIA, S.COOP.⁷⁵⁹

Esta sociedad cooperativa de segundo grado constituye un proceso de integración total en el sector de los servicios sanitarios⁷⁶⁰, agrupándose en una misma organización a los prestadores y los consumidores de los mismos.

ELAIA, S.COOP. está compuesta por tres sociedades cooperativas de primer grado:

- SOCIEDAD COOPERATIVA DE INSTALACIONES ASISTENCIALES (SCIAS), S.COOP.: sociedad cooperativa de consumo cuyo objeto social es la construcción y gestión de hospitales e instalaciones sanitarias.
- AUTOGESTIÓN SANITARIA, S.COOP.: sociedad cooperativa de trabajo asociado de médicos.
- SINERA, S.COOP.: sociedad cooperativa de consumo cuyo objeto social es proporcionar asistencia de médico de cabeza a la familia.

Por último, la mayoría de sociedades cooperativas de crédito son sociedades cooperativas de segundo grado, con el objetivo de crear una red operativa de entidades en el ámbito financiero⁷⁶¹.

⁷⁵⁹ Con base en:

CENTRO DE INVESTIGACIÓN E INFORMACIÓN SOBRE LA ECONOMÍA PÚBLICA, SOCIAL Y COOPERATIVA: *Empresas excelentes de la economía social: SCIAS*, CIRIEC-España, N. 19, octubre, 1995, pp. 227-232.

CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE COOPERATIVAS DE CONSUMIDORES Y USUARIOS (HISPACOOOP): *Las cooperativas de consumidores...*, *opus cit.*, p. 25.

J.L. RIERA GUARDIA; J.E. CONTELL GARCÍA; P. GIRONES ANSUATEGUI; E. MONTESA ANDRÉS; S. ROS MUÑOZ: *Gestión empresarial...*, *opus cit.*, pp. 149-159.

SOCIEDAD COOPERATIVA DE INSTALACIONES ASISTENCIALES (SCIAS), S.COOP.: *Memoria 1991*, SCIAS, Barcelona, 1992.

⁷⁶⁰ Para un estudio de la utilización de la sociedad cooperativa de segundo grado en el sector de la salud puede verse:

J.R. ITURRIOZ DEL CAMPO: *Análisis de los flujos financieros de las sociedades cooperativas del sector de salud: un enfoque de integración*, Tesis Doctoral, Departamento de Economía y Administración Financiera de la Empresa de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Complutense de Madrid, 1996, 464 pp., pp. 318-329.

⁷⁶¹ Para un estudio de las sociedades cooperativas de crédito puede verse:

R.J. PALOMO ZURDO: *La banca cooperativa...*, *opus cit.*

A. VARGAS SÁNCHEZ: *Las cooperativas de crédito...*, *opus cit.*

3.5.1.2.1.2. La sociedad cooperativa de integración.

3.5.1.2.1.2.1. El concepto de sociedad cooperativa de integración.

La sociedad cooperativa de integración, de reciente creación, es aquella que agrupa, coordina y fomenta a las sociedades cooperativas de grado inferior, a entidades de la denominada "economía social" (*sic*), a entidades de titularidad pública y a empresas participadas por las anteriores⁷⁶².

Este tipo de sociedad cooperativa es "una aplicación a la forma cooperativa de la agrupación europea de interés económico, y de la agrupación de interés económico"⁷⁶³.

3.5.1.2.1.2.2. Las características de la sociedad cooperativa de integración.

Cabe destacar las siguientes⁷⁶⁴:

- 1.- La actividad es el fomento de las actividades de sus socios.
- 2.- La inclusión de socios a las organizaciones no empresariales de la denominada "economía social", como las fundaciones y las asociaciones.
- 3.- La posibilidad de implantar el voto plural ponderado en la asamblea general; aunque la mayoría de votos ha de estar en poder de las sociedades cooperativas socias.
- 4.- La mayoría de los socios han de ser sociedades cooperativas.
- 5.- La responsabilidad de los socios por las deudas sociales ha de ser siempre limitada.

⁷⁶² ESPAÑA: REAL DECRETO 84/1993..., *opus cit.*, Disposición Adicional Tercera 1.

⁷⁶³ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ; A.P. GÓMEZ APARICIO; R.J. PALOMO ZURDO: *Estudio de la normativa reciente...*, *opus cit.*, p. f-198.

⁷⁶⁴ ESPAÑA: REAL DECRETO 84/1993..., *opus cit.*, Disposición Adicional Tercera.

3.5.1.2.1.2.3. Evaluación de la sociedad

cooperativa de integración en lo que afecta a la distribución.

El uso de esta fórmula por parte de las sociedades cooperativas de primer grado puede permitir la formación de sistemas integrados de distribución con otras entidades de la “economía social” (*sic*), para realizar actividades conjuntas relacionadas con el aprovisionamiento, la utilización en común de instalaciones y de redes de distribución.

En el momento de escribir estas líneas⁷⁶⁵ no se encuentra constituida ninguna sociedad cooperativa de integración⁷⁶⁶. Pero puede ser que haya en la Comunidad Autónoma de Cataluña o en la del País Vasco.

3.5.1.2.2. Por razón de dirección.

3.5.1.2.2.1. El grupo de sociedades cooperativas.

3.5.1.2.2.1.1. El concepto de grupo de sociedades cooperativas.

El grupo de sociedades cooperativas está formado "por una entidad cabeza de grupo y las cooperativas que tengan la condición de socio o asociada de aquella sobre las que ejerza poderes de decisión en virtud de sus reglas estatutarias"⁷⁶⁷.

3.5.1.2.2.1.2. Las características de los grupos de sociedades cooperativas.

Cabe destacar las siguientes:

⁷⁶⁵ Septiembre de 1996.

⁷⁶⁶ Dato facilitado por el Registro General de Cooperativas del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.

⁷⁶⁷ ESPAÑA: REAL DECRETO 1345/1992, de 6 de noviembre, por el que se dictan normas para la adaptación de las disposiciones que regulan la tributación sobre el beneficio consolidado a los grupos de sociedades cooperativas, **B.O.E.** del 5 de diciembre, artículo 1.2.

1.- La composición del grupo puede ser⁷⁶⁸:

- La entidad cabeza de grupo y las empresas asociadas son sociedades cooperativas.
- La entidad cabeza de grupo no es sociedad cooperativa y las empresas asociadas son sociedades cooperativas. En este caso, la entidad cabeza de grupo no puede estar participada por otras empresas que no sean sociedades cooperativas, y su actividad es de manera exclusiva la planificación y la coordinación del desarrollo empresarial y de las estrategias a largo plazo de las sociedades cooperativas del grupo⁷⁶⁹.

2.- La distribución del excedente neto entre las sociedades cooperativas del grupo ha de ser como mínimo del veinticinco por ciento; y la repercusión al socio de tales excedentes ha de ser directamente proporcional a la actividad cooperativizada que desarrolle con el grupo⁷⁷⁰.

3.- Las ventajas fiscales concedidas al grupo con respecto al Impuesto de Sociedades son:

- La no inclusión en la base imponible de las sociedades de los retornos que se deriven de las operaciones con las sociedades del grupo, de las ayudas económicas que se presten entre sí las sociedades del grupo, y de los resultados distribuidos por la entidad cabeza del grupo⁷⁷¹.
- Los rendimientos del capital mobiliario satisfechos entre las entidades del grupo no están sujetos a retención⁷⁷².
- La deducción de la cuota por doble imposición⁷⁷³.

⁷⁶⁸ *Ibidem.*

⁷⁶⁹ *Ibidem.*

⁷⁷⁰ *Ibid.*, artículos 1.3 y 1.4.

⁷⁷¹ *Ibid.*, artículo 3.

⁷⁷² *Ibid.*, artículo 6.

⁷⁷³ *Ibid.*, artículo 4.4.

3.5.1.2.2.1.3. Evaluación de los grupos de
sociedades cooperativas en lo que afecta a la
distribución.

El reconocimiento jurídico del grupo de sociedades cooperativas permite obtener ventajas fiscales, igualándolo a los grupos de sociedades capitalistas convencionales.

Desde el punto de vista de la distribución la formación de grupos cooperativos permite a las sociedades cooperativas ampliar su estructura comercial. Tal es el caso de:

- El GRUPO EROSKI⁷⁷⁴.

Este grupo está formado por EROSKI, S.COOP., perteneciente a MONGRAGÓN CORPORACIÓN COOPERATIVA (MCC), y CONSUM, S.COOP., siendo la cabeza del grupo una sociedad anónima creada por ambas denominada CENTROS COMERCIALES S.A. (CECOSA). La creación de este grupo pretende competir en el mercado de la distribución alimentaria a través de la creación de grandes superficies comerciales por toda España y el sur de Francia, ampliando los ámbitos geográficos de actuación de las sociedades cooperativas que lo forman⁷⁷⁵.

- El GRUPO FAGOR⁷⁷⁶.

Este grupo, que también pertenece a MONDRAGÓN CORPORACIÓN COOPERATIVA (MCC), dedicado a la producción de productos electrodomésticos de consumo, componentes industriales y de automoción, y bienes de equipo e ingeniería; está compuesto por cuatro sociedades cooperativas:

⁷⁷⁴ Con base en:

CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE COOPERATIVAS DE CONSUMIDORES Y USUARIOS (HISPA COOP): *Las cooperativas de consumidores...*, *opus cit.*, pp. 18-21.

GRUPO EROSKI: *Memoria del Grupo Eroski 1993*, *opus cit.*

GRUPO EROSKI: *Informe del Grupo Eroski 1992*, *opus cit.*

GRUPO EROSKI: *Informe del Grupo Eroski 1991*, *opus cit.*

⁷⁷⁵ El ámbito de actuación geográfico de EROSKI, S.COOP. es el País Vasco y Navarra, siendo el de CONSUM, S.COOP. Valencia y Cataluña.

⁷⁷⁶ CENTRO DE INVESTIGACIÓN E INFORMACIÓN SOBRE LA ECONOMÍA PÚBLICA, SOCIAL Y COOPERATIVA: *Empresas excelentes de la economía social: FAGOR, S.Coop. Ltda*, CIRIEC-España, N. 19, octubre, 1995, pp. 117-123.

FAGOR ELECTRODOMÉSTICOS, S.COOP.; FAGOR INDUSTRIAL, S.COOP.; COPRECI, S.COOP.; y FAGOR ELECTRÓNICOS, S.COOP., siendo la sociedad cabeza de grupo una sociedad cooperativa de segundo grado: FAGOR, S.COOP.

Desde el punto de vista de la distribución este grupo pretende la creación de redes comerciales que permitan la distribución conjunta de sus productos.

3.5.1.2.2.2. La unión, la federación y la confederación.

3.5.1.2.2.2.1. El concepto de la unión, la federación y la confederación.

La unión, la federación y la confederación son organizaciones representativas de las sociedades cooperativas para la defensa y promoción de sus intereses.

La clasificación de estas organizaciones representativas en uniones, federaciones y confederaciones se realiza desde la base federal, según dos criterios⁷⁷⁷:

- El mutualista, reuniendo a sociedades cooperativas por la homogeneidad de la contribución de los socios al proceso productivo.
- El territorial, por ubicación en una zona geográfica.

3.5.1.2.2.2.2. Las características de la unión, la federación y la confederación.

Cabe destacar las siguientes:

- 1.- Las actividades a desarrollar son⁷⁷⁸:

⁷⁷⁷ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *La economía social...*, *opus cit.*, p. 206.

- La representación de los miembros.
- La conciliación en los conflictos surgidos entre las sociedades cooperativas que asocien o entre éstas y sus socios.
- El asesoramiento, la asistencia jurídica y/o técnica.
- La participación en los distintos órganos de la Administración Pública, para mejorar la situación y promover a las sociedades cooperativas.
- El fomento de la promoción y de la formación cooperativa.

2.- La estructura orgánica está compuesta por la asamblea general y el consejo rector; y en el caso de las uniones también los interventores⁷⁷⁹. La participación de los socios en la asamblea general es democrática.

3.- El número de socios, el ámbito de actuación y los tipos de socios de estas organizaciones representativas se contempla en el siguiente cuadro.

	Unión	Federación	Confederación
Número de socios ⁷⁸⁰	<ul style="list-style-type: none"> • Cinco sociedades cooperativas. • Dos uniones de sociedades cooperativas. 	Diez sociedades cooperativas que no sean todas de la misma clase.	Cuatro federaciones de sociedades cooperativas pertenecientes a distintas Comunidades Autónomas.
Ámbito de actuación ⁷⁸¹	Provincial, regional o nacional.	Comunidad Autónoma.	Nacional.
Tipos de socios ⁷⁸²	<ul style="list-style-type: none"> • Sociedades cooperativas de la misma clase. • Sociedades cooperativas de segundo grado. • Uniones de sociedades cooperativas de rango inferior. 	<ul style="list-style-type: none"> • Uniones cuyo ámbito de actuación no sea superior al de la federación. • Sociedades cooperativas en el ámbito territorial de la federación, que no pertenezcan a una unión ya integrada. 	<ul style="list-style-type: none"> • Uniones de ámbito estatal. • Federaciones. • Asociaciones representativas de sociedades cooperativas de distinta clase.

Cuadro 3.9.

El número de socios, el ámbito de actuación y los tipos de socios de las organizaciones representativas de las sociedades cooperativas.

4.- La representatividad real del movimiento asociativo español se ha caracterizado por ser baja, aunque esta tendencia está cambiando. Las causas de aquella situación pueden estar en⁷⁸³:

⁷⁷⁸ ESPAÑA: LEY 3/1987..., *opus cit.*, artículo 161.1.

⁷⁷⁹ *Ibid.*, artículos 159.5 y 160.7.

⁷⁸⁰ *Ibid.*, artículos 159 y 160.

⁷⁸¹ *Ibid.*, artículo 160.

⁷⁸² *Ibid.*, artículos 159 y 160.

⁷⁸³ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *La economía social...*, *opus cit.*, p. 213.

- La influencia de las formaciones políticas y sindicales en estas organizaciones.
- El nivel de servicios prestados.

5.- Las ventajas fiscales⁷⁸⁴ se recogen en el siguiente cuadro:

Imposición	Beneficios fiscales
Directa	Las rentas que procedan del cumplimiento de su objeto social están exentas en el Impuesto de Sociedades ⁷⁸⁵ ; el resto de las rentas tributan al veinticinco por ciento ⁷⁸⁶ .
Indirecta	<ul style="list-style-type: none"> • Las operaciones de constitución, ampliación de capital, fusión y escisión, constitución y cancelación de préstamos y la adquisición de bienes y derechos destinados al cumplimiento de sus fines sociales y estatutarios están exentas en el Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados. • La bonificación del noventa y cinco por ciento de la cuota en el Impuesto de Actividades Económicas⁷⁸⁷.

Cuadro 3.10
Los beneficios fiscales de la unión, la federación y la confederación.

3.5.1.2.2.2.3. Evaluación de la unión, la federación y la confederación en lo que afecta a la distribución.

La función de las organizaciones representativas desde el análisis de la distribución puede consistir en fomentar las relaciones entre sociedades cooperativas para la formación de sistemas integrados de distribución.

Por otra parte, las organizaciones representativas pueden participar como socios en estos sistemas integrados de distribución. Este es el caso de CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE COOPERATIVAS DE CONSUMIDORES Y USUARIOS (HISPACOOOP) que participa como accionista en las sociedades de explotación regionales para la construcción de grandes superficies del GRUPO EROSKI⁷⁸⁸.

⁷⁸⁴ ESPAÑA: LEY 20/1990..., *opus cit.*, artículo 36.

⁷⁸⁵ ESPAÑA: LEY 43/1995..., *opus cit.*, artículos 133.b) y 134.1.

⁷⁸⁶ *Ibid.*, artículo 26.2.g).

⁷⁸⁷ ESPAÑA: LEY 21/1993, de 29 de diciembre, de Presupuestos Generales del Estado para 1994, B.O.E. del 30, Disposición Adicional Vigésimo Novena.

⁷⁸⁸ CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE COOPERATIVAS DE CONSUMIDORES Y USUARIOS (HISPACOOOP): *Las cooperativas de consumidores...*, *opus cit.*, p. 19.

3.5.1.2.3. Por razón funcional y de dirección.

3.5.1.2.3.1. La sociedad cooperativa de servicios⁷⁸⁹.

3.5.1.2.3.1.1. El concepto de sociedad cooperativa de servicios.

La sociedad cooperativa de servicios tiene por objeto la prestación de suministros y servicios y la realización de operaciones encaminadas al mejoramiento económico y técnico de las actividades de sus socios⁷⁹⁰.

El concepto de sociedad cooperativa de servicios se define por exclusión del resto de sociedades cooperativas, clasificadas por el ordenamiento jurídico español en materia de sociedades cooperativas; es decir, no puede ser clasificada una sociedad cooperativa como de servicios, cuando sus socios y el objeto social concurren circunstancias o peculiaridades que permitan su clasificación como otro tipo de sociedad cooperativa⁷⁹¹.

3.5.1.2.3.1.2. Las características de la sociedad cooperativa de servicios.

Las características diferenciadoras de la sociedad cooperativa de servicios con respecto al resto de sociedades cooperativas son:

1.- Los tipos de socios, cuyo ámbito de actuación ha de estar dentro del ámbito territorial de la sociedad cooperativa, pueden ser⁷⁹²:

- Las personas físicas o jurídicas, titulares de explotaciones industriales o de servicios.
- Los profesionales o artistas que ejerzan su actividad por cuenta propia.

⁷⁸⁹ En este epígrafe se sigue la Ley General de Cooperativas del Estado español, por ser la más amplia y aplicable donde no haya legislación autonómica y con carácter subsidiario donde haya legislación autonómica.

⁷⁹⁰ ESPAÑA: LEY 3/1987..., *opus cit.*, artículo 139.1.

⁷⁹¹ *Ibid.*, artículo 139.2.

⁷⁹² *Ibid.*, artículo 139.1.

2.- Las actividades, que no pueden coincidir con las de sus socios, son⁷⁹³:

- Adquirir, elaborar, producir, fabricar, reparar y mantener maquinaria, instalaciones y cualquier tipo de materiales, productos y elementos necesarios para la sociedad cooperativa y para las actividades o explotaciones de los socios.
- Ejercer industrias auxiliares y complementarias a las de los socios, así como realizar operaciones preliminares o ultimar transformaciones que favorezcan la actividad o explotaciones de sus socios.
- Transportar y distribuir los productos procedentes de la sociedad y de los socios.
- Realizar cualquier otra actividad que facilite el mejoramiento económico y técnico de las actividades o explotaciones de sus socios.

3.- Las actividades de la sociedad cooperativa con terceros no socios están limitadas a un diez por ciento del volumen total de la actividad cooperativizada realizada con sus socios⁷⁹⁴.

3.5.1.2.3.1.3. Evaluación de la sociedad

cooperativa de servicios en lo que se refiere a la distribución.

La utilización de este tipo de sociedad cooperativa como fórmula de concentración permite formar sistemas integrados de distribución. Tal es el caso de:

- La COOPERATIVA DE FARMACÉUTICOS ESPAÑOLES (COFARES), S.COOP.⁷⁹⁵

Esta sociedad cooperativa se dedica a la distribución productos farmacéuticos a los socios, que son titulares de oficinas de farmacia, actuando como mayorista, realizando las funciones de compra, almacenamiento y transporte para los socios.

⁷⁹³ *Ibid.*, artículo 139.3.

⁷⁹⁴ *Ibid.*, artículo 139.4.

⁷⁹⁵ A. QUESADA: *Cofares potencia...*, *opus cit.*.
A. QUESADA: *Recetas...*, *opus cit.*

Los servicios complementarios a los socios se realizan a través de un grupo de sociedades⁷⁹⁶.

- La UNIÓN NACIONAL DE DETALLISTAS ESPAÑOLES (UNIDE) S.COOP.⁷⁹⁷

3.5.2. Las fórmulas de concentración económico-empresarial con vinculación patrimonial.

Las sociedades cooperativas pueden constituir sistemas integrados de distribución, tanto verticales como horizontales, a través de fórmulas con vinculación patrimonial. Ahora bien, para estudiar la vinculación patrimonial, como resultado de fusiones es preciso considerar la eventualidad, incluso la conveniencia, de la desvinculación patrimonial a través de escisiones o segregaciones.

3.5.2.1. La vinculación patrimonial: la fusión entre sociedades cooperativas.

La fusión entre sociedades cooperativas tiene una serie de particularidades con respecto a las empresas capitalistas convencionales⁷⁹⁸, que se analizan a continuación.

⁷⁹⁶ Ver el epígrafe 3.5.1.1.2.1.3. Evaluación de los grupos de empresa en lo que afecta a la distribución, pp. 266-269.

⁷⁹⁷ Esta sociedad cooperativa es el resultado de un proceso de fusión por absorción, por ello se analiza en el epígrafe 3.5.2.1.3. Valoración de la fusión entre sociedades cooperativas en lo que afecta a la distribución, pp. 287-289.

⁷⁹⁸ Para un análisis en profundidad sobre los procesos de fusión entre empresas capitalistas convencionales, puede verse:

E. BALLARÍN; J. CANALS; D. FERNÁNDEZ: **Fusiones y adquisiciones. Un enfoque integrador**, Alianza Editorial, Madrid, 1994.

M. BARBERO MANZANAL: *El proceso de integración de empresas. Implicaciones y planteamientos*, *Alta Dirección*, V. 105, N. 18, 1982, pp. 67-76.

T. COOKE: **Mergers and Adquisitions**, Basil Blackwell, London, 1988.

P. EARL; F. FISHER: **International Mergers and Adquisitions**, Euromoney, London, 1986.

W.G. LEWELLEN; M.G. FERRI: *Strategies for the Merger Game: Management and Market*, **Financial Management**, V. 12, Winter, 1983, pp. 25-35.

J. MASCAREÑAS PÉREZ-IÑIGO (Coord. y Direct.): **Manual de fusiones...**, *opus cit.*

D.C. MUELLER: **The Determinants and Effects of Mergers. An International Comparaison**, Oelgeschläger, Gumm & Hain, 1980.

3.5.2.1.1. El concepto de fusión.

La fusión es una "fórmula o procedimiento de la concentración de empresas, según la cual dos o más sociedades se disuelven para pasar a integrarse con sus patrimonios y socios en una nueva sociedad que se constituye al efecto..."⁷⁹⁹.

Se pueden distinguir dos tipos de fusión⁸⁰⁰:

- a.- Pura, también denominada fusión por creación o por consolidación, implica la extinción de cada una de las sociedades que se fusionan (A y B) y la transmisión en bloque de los respectivos patrimonios sociales a la nueva entidad (C) que ha de adquirir por sucesión universal los derechos y obligaciones de aquéllas, que se disuelven ($A+B=C$).
- b.- Por absorción, en la que una o más sociedades (A y B) son absorbidas por otra sociedad, la absorbente (C) ya existente, e implica la transmisión en bloque de los patrimonios de las sociedades absorbidas, que se disuelven, a la absorbente que se mantiene ($A+B+C=C$).

3.5.2.1.2. El procedimiento formal de fusión entre sociedades cooperativas.

El procedimiento formal de fusión entre sociedades cooperativas se contiene en el siguiente esquema, siguiendo la Ley General de Cooperativas del Estado español⁸⁰¹ por ser la más amplia y aplicable donde no haya legislación autonómica y con carácter subsidiario donde haya legislación autonómica en materia de sociedades cooperativas.

E.A. STALWORTHY; O.P. KHARBANDA: *Takeovers, Acquisitions and Mergers*, Kogan Page, London, 1988.

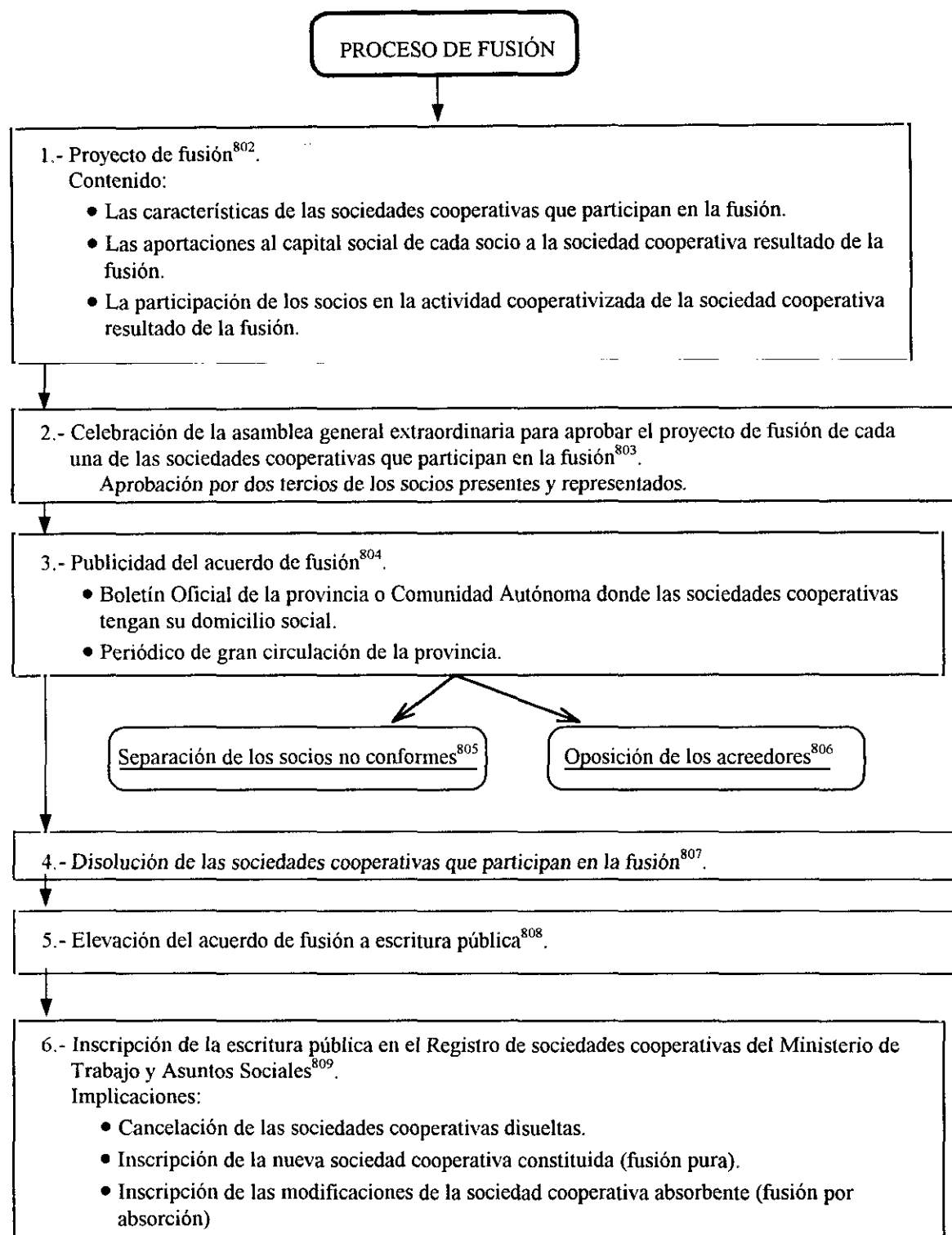
TAUGHAN, P.: *Mergers and Acquisitions*, Harper Collins, New York, 1991.

⁷⁹⁹ A.S. SUÁREZ SUÁREZ: *Diccionario de economía...*, *opus cit.*, p. 135.

⁸⁰⁰ ESPAÑA: LEY 3/1987..., *opus cit.*, artículo 94.

C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *La concentración económico-empresarial...*, *opus cit.*.

⁸⁰¹ ESPAÑA: LEY 3/1987..., *opus cit.*.



⁸⁰² *Ibíd.*, artículo 95.

⁸⁰³ *Ibíd.*, artículo 97.1.

⁸⁰⁴ *Ibídem.*

⁸⁰⁵ *Ibíd.*, artículo 99.

⁸⁰⁶ *Ibíd.*, artículo 100.

⁸⁰⁷ *Ibíd.*, artículo 94.2.

⁸⁰⁸ *Ibíd.*, artículo 101.

⁸⁰⁹ *Ibídem.*

3.5.2.1.3. Valoración de la fusión entre sociedades cooperativas en lo que afecta a la distribución.

La fusión entre empresas puede ser conveniente cuando hay compatibilidad en los aspectos culturales, organizativos⁸¹⁰ y estratégicos; y cuando sus actividades son afines⁸¹¹.

Un proceso de fusión entre sociedades cooperativas parece oportuno para formar:

- Sistemas integrados de distribución horizontales entre sociedades cooperativas de consumidores, por un lado, y de proveedores por otro, que realicen la misma actividad.
- Sistemas integrados de distribución verticales entre sociedades cooperativas de proveedores y de consumidores de la misma actividad.

Entre los procesos de fusión entre sociedades cooperativas en el ámbito de la distribución destacan:

1.- La UNIÓN DE DETALLISTAS ESPAÑOLES (UNIDE), S.COOP.⁸¹²

Se creó en 1992 a través de un proceso de fusión por absorción por parte del GRUPO MADRILEÑO DE ABASTECIMIENTO (GRUMA), S.COOP., de Madrid, de siete sociedades cooperativas detallistas⁸¹³.

⁸¹⁰ Para un análisis de los aspectos culturales y organizativos puede verse:

CENTRO DE ESTUDIOS SOBRE LAS ORGANIZACIONES (COS): *Fusiones y adquisiciones: Aspectos culturales y organizativos*, Centro de Estudios sobre las organizaciones (COS), Documento de Trabajo, N. 1, Fundación José María de Anzizu, Barcelona, 1990.

⁸¹¹ E. PÉREZ GOROSTEGUI: *Economía de la...*, *opus cit.*, p. 607.

⁸¹² Con base en:

GRUPO MADRILEÑO DE ABASTECIMIENTO (GRUMA), S.COOP.: *Informe anual 1992*, *opus cit.*.

UNIÓN DE DETALLISTAS ESPAÑOLES (UNIDE), S.COOP.: *Memoria 1994*, *opus cit.*.

UNIÓN DE DETALLISTAS ESPAÑOLES (UNIDE), S.COOP.: *Memoria 1993*, *opus cit.*.

⁸¹³ Las sociedades cooperativas de detallistas absorbidas fueron:

- UDACO, S.COOP. de Salamanca.
- EXTREMERA DE ABASTECIMIENTOS (SECUC), S.COOP. de Cáceres.

Esta sociedad cooperativa actúa como mayorista; es decir, su actividad es la gestión de compras de productos alimenticios y de hogar, el almacenamiento y la distribución para sus socios, que son detallistas de alimentación.

Una parte de los socios, siguiendo una estrategia de diferenciación, desarrollan su actividad de distribución de forma coordinada y homogénea a través de tres denominaciones comerciales: MAXCOOP, GAMA Y UDACO; formando una cadena sucursalista de supermercados y autoservicios y que constituye la base fundamental sobre la que desarrolla su actividad la UNIÓN DE DETALLISTAS ESPAÑOLES (UNIDE), S.COOP.

Los servicios de asesoramiento, instalaciones, informática, publicidad, formación, financiación, etcétera, a los socios y a otros minoristas no socios, se realiza a través de un grupo de sociedades⁸¹⁴.

2.- EROSKI, S.COOP.⁸¹⁵

Se creó en 1969 a través de un proceso de fusión de siete sociedades cooperativas de consumidores locales de Vizcaya.

Esta sociedad cooperativa, perteneciente al grupo MONDRAGÓN CORPORACIÓN COOPERATIVA (MCC), ha formado una red comercial en el

-
- CODECOAL VALENCIANA DE ALIMENTACIÓN, S.COOP. de Algemesi.
 - ASOCIACIÓN DE DETALLISTAS DE ALIMENTACIÓN (ADA), S.COOP. de Orihuela.
 - LA SANTA FAZ, S.COOP. de Alicante.
 - COOPERATIVA DE COMERCIANTES DETALLISTAS DE LA ISLA DE GRAN CANARIA (COISCA), S.COOP. de Gran Canaria.
 - COOPERATIVA MINORISTA DE ALIMENTACIÓN DE TENERIFE (COMALTE), S.COOP. de Tenerife.

⁸¹⁴ Ver el epígrafe 3.5.1.1.2.1.3 Evaluación de los grupos de empresa en lo que afecta a la distribución, pp. 266-269.

⁸¹⁵ Con base en:

CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE COOPERATIVAS DE CONSUMIDORES Y USUARIOS (HISPA COOP): *Las cooperativas de consumidores...*, *opus cit.*, p. 17.

EROSKI, S.COOP.: *Informe anual 1993*, Vizcaya, 1994.

EROSKI, S.COOP.: *Informe anual 1992*, Vizcaya, 1993.

EROSKI, S.COOP.: *Informe anual 1991*, Vizcaya, 1992.

País Vasco y Navarra⁸¹⁶ a través de sistemas integrados de distribución verticales de naturaleza:

- Corporativa, a través de una cadena sucursalista de hipermercados⁸¹⁷, supermercados⁸¹⁸ y tiendas especializadas.
- Contractual, por medio de tiendas franquiciadas⁸¹⁹.

Esta red se complementa con tres centrales distribuidoras y una cadena sucursalista de agencias de viajes⁸²⁰.

3.5.2.2. La desvinculación patrimonial de las sociedades cooperativas.

Las formas de desvinculación patrimonial de las empresas, y por ende de las sociedades cooperativas, son: la escisión y la segregación.

La escisión de una empresa tiene lugar cuando su patrimonio se fragmenta en dos o más empresas nuevas⁸²¹ (A se divide en A₁ y A₂).

La segregación es el proceso mediante el cual a partir de una empresa se desgajan una o varias partes de su patrimonio para pasar a formar otras tantas sociedades jurídicamente independientes, sin que deje de existir la empresa⁸²².

⁸¹⁶ Por otro lado, EROSKI, S.COOP. y CONSUM, S.COOP. han formado el GRUPO EROSKI para crear una red de grandes superficies comerciales por toda España y el sur de Francia. A este respecto ver el epígrafe 3.5.1.2.2.2.3. Evaluación de los grupos de sociedades cooperativas en lo que afecta a la distribución, pp. 278-279.

⁸¹⁷ Con los nombres comerciales:

- EROSKI para superficies comerciales de más de cinco mil metros cuadrados.
- MAXI para superficies comerciales entre dos mil y cuatro mil metros cuadrados.

⁸¹⁸ Con la denominación comercial de CONSUM, desde la creación del GRUPO EROSKI.

⁸¹⁹ Con el nombre comercial de EROSLE.

⁸²⁰ Con la denominación comercial de VIAJES EROSKI.

⁸²¹ E. PÉREZ GOROSTEGUI: *Sobre la escisión de empresas*, **Actualidad Financiera**, N. 13, semana del 27 de marzo al 2 de abril de 1989, pp. 956-960.

⁸²² A.S. SUÁREZ SUÁREZ: **Diccionario de economía...**, *opus cit.*, p. 255.

Las razones que pueden dar lugar a que una empresa entre en un proceso de desvinculación patrimonial se fundamentan en la heterogeneidad de las actividades desarrolladas, los problemas entre los socios, las deseconomías de escala, etcétera⁸²³.

La desvinculación patrimonial es un proceso que puede ayudar a la vinculación patrimonial⁸²⁴.

- En el caso de sociedades cooperativas organizadas en secciones es posible su escisión, para concentrarse mediante la fusión, por ejemplo, con otras secciones de la misma actividad de otras sociedades cooperativas.
- En el caso de fusión entre sociedades cooperativas, puede haber socios que decidan no participar en dicho proceso (socios disidentes); cuando éstos deciden crear una nueva sociedad o participar en otra se produce una segregación, como paso previo a la fusión.

⁸²³ E. BALLESTERO PAREJA: *Economía social...*, *opus cit.*, p. 155.

⁸²⁴ C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *Las personas jurídicas...*, *opus cit.*, p. 73.

CONCLUSIONES

4. Conclusiones.

Las conclusiones del presente trabajo se presentan ordenadas con base en el esquema desarrollado, según las tres partes en que se ha dividido, con el objetivo de hacer una síntesis de lo tratado.

1. Introducción y fundamentos.

1.1. La sociedad cooperativa es una empresa de participación; es decir:

- Está constituida por empresarios que participan en los tres tipos de flujos que la caracterizan: los informativo-decisionales, los reales y los financieros; y con base en esa participación se fijan los objetivos de manera democrática.
- Incorpora tres características: la libertad de participar en los procesos productivos; la igualdad en la capacidad de fijar los objetivos; y la justicia como criterio de aplicación para la distribución del valor añadido generado.

1.2. En el conjunto de las empresas de participación, la sociedad cooperativa es el núcleo. Pero hay otras cinco manifestaciones jurídicas de empresas de participación en España: la sociedad anónima laboral, la sociedad agraria de transformación, la mutua de seguros, la mutualidad de previsión social y la cofradía de pescadores.

1.3. Los principios cooperativos son las reglas específicas de funcionamiento de las sociedades cooperativas, y se han de combinar adecuadamente con los principios de la empresa.

Estas normas de funcionamiento son formuladas y revisadas por la Alianza Cooperativa Internacional. Los principios cooperativos vigentes en la actualidad, tras el Congreso de Manchester de 1995, son:

1. Puerta abierta.
2. Democracia en la toma de decisiones.
3. Participación económica de los socios:

- 3.1. La justicia en la distribución de los resultados.
- 3.2. La limitación del interés para las aportaciones de capital.
4. Autonomía e independencia.
5. Educación y formación.
6. Intercooperación.
7. Interés por la comunidad.

1.4. La tipología de la sociedad cooperativa se puede realizar con base en tres criterios:

- Según la legislación española en materia de sociedades cooperativas, que clasifica a las sociedades cooperativas atendiendo a criterios mutualistas. Las diferencias entre la legislación en materia de sociedades cooperativas del Estado español y la de las Comunidades Autónomas españolas se centran en la inclusión o creación de nuevos tipos de sociedades cooperativas.
- Según la participación del socio en el proceso de producción y distribución de bienes y servicios, distinguiendo dos tipos: las de proveedores y las de consumidores.
- Según la pertenencia al sector económico de actividad.

1.5. En la etiqueta "economía social" en España, se incluyen tanto a las empresas de participación (las sociedades cooperativas, las sociedades anónimas laborales, y también se pueden incluir a las sociedades agrarias de transformación, a las mutuas y mutualidades y a las cofradías) como a determinadas organizaciones no empresariales (las asociaciones, las fundaciones, y se pueden incluir además a las organizaciones de voluntariado social, a los sindicatos y a otras).

1.6. Dentro del procedimiento formal, en el Estado español, se contempla la posibilidad de constitución de una sociedad cooperativa por transformación de otras empresas de participación (por ejemplo, sociedades agrarias de transformación y sociedades anónimas laborales) y de empresas capitalistas convencionales (sociedades de responsabilidad limitada); y viceversa.

2. El análisis funcional de la sociedad cooperativa como empresa de distribución de productos.

2.1. Los flujos informativo-decisionales en la sociedad cooperativa como empresa de distribución de productos.

2.1.1. Los socios participan en los dos tipos de estructuras que conforman la sociedad cooperativa:

- En la estructura orgánica: estableciendo democráticamente los objetivos, controlando por otro lado, su ejecución.
- En la estructura administrativa: proveyendo bienes y/o servicios para su producción y/o distribución posterior, o consumiendo bienes y/o servicios producidos y/o distribuidos por la sociedad cooperativa.

2.1.2. La estructura administrativa de la sociedad cooperativa tiene dos particularidades con respecto a la de otro tipo de empresa capitalista convencional:

- Las secciones o unidades que agrupan a un número determinado de socios para realizar una actividad económica específica, complementaria o derivada del objeto social de la sociedad cooperativa.
- Los directores, que deben intentar conseguir los objetivos fijados democráticamente por los socios y procurar que la sociedad cooperativa intercoopere con otras sociedades cooperativas, entre otras cosas, a través de las actividades de distribución de los productos.

2.1.3. La fijación democrática de los objetivos de la sociedad cooperativa, por parte de los socios, se basa en el principio cooperativo "una persona, un voto", que se deriva de la participación de los socios en los flujos reales de producción y distribución, ambos de bienes y servicios, de la sociedad cooperativa.

2.1.4. La participación democrática de los socios en el proceso de toma de decisiones puede estar limitada por:

- La heterogénea participación, tanto cuantitativa como cualitativa, de los socios en los flujos reales, que puede provocar situaciones de acumulación de poder de unos socios respecto de otros.
- La admisión como socios de personas jurídicas con diferente óptica y planteamiento que los socios personas físicas; y que pueden demandar la implantación de un voto que, aunque ponderado, sea plural.
- El reconocimiento de algunos tipos de acreedores externos como socios, por tanto, participando en la fijación de los objetivos, aunque no en los flujos reales de producción y distribución de bienes y servicios de la sociedad cooperativa.
- La participación de los asalariados en la estructura orgánica de la sociedad cooperativa a través del consejo rector.

2.1.5. La eficiencia en el proceso de toma de decisiones está limitada por la doble condición de los socios en la sociedad cooperativa (como participantes en el proceso de producción y distribución y también en el de toma de decisiones), que puede provocar conflictos de poder entre los directivos y aquéllos, debido a la confusión entre la condición de socio y la asunción de la dirección profesional.

2.1.6. Las limitaciones a la eficiencia en el proceso de toma de decisiones de la sociedad cooperativa pueden soslayarse a través del establecimiento de unos requerimientos que permitan mantener la democracia en la fijación de los objetivos:

- La homogeneidad en la contribución de los socios a los flujos reales, a través de:
 - La constitución de secciones.
 - Los procesos de desvinculación patrimonial.
 - La limitación racional y operativa del principio cooperativo de puertas abiertas.

- La participación efectiva de los socios en la estructura orgánica de la sociedad cooperativa cumpliendo un régimen de incompatibilidades y de rotación en los cargos sociales.
- La difusión eficiente de la información y el desarrollo de programas de educación y formación para los socios.

2.2. Los flujos financieros en la sociedad cooperativa como empresa de distribución de productos.

2.2.1. El objetivo financiero de la sociedad cooperativa es hacer máximo el valor de la empresa para sus socios, que se consigue haciendo máxima la rentabilidad económica y la rentabilidad financiera de los socios.

2.2.2. La determinación del resultado de la sociedad cooperativa presenta diferencias con respecto a una empresa capitalista convencional, ya que por obligación legal y por la lógica de este tipo de empresa de cara a la distribución coherente de los resultados, se distinguen tres tipos de excedentes:

- El ordinario por operaciones con los socios.
- El ordinario por operaciones con terceros no socios, estando estas operaciones limitadas legalmente.
- El extraordinario, por operaciones que no corresponden con el objeto social que la sociedad cooperativa desarrolla.

2.2.3. La distribución del resultado de la sociedad cooperativa difiere según el tipo de operaciones realizadas.

- El resultado positivo ordinario por operaciones con terceros no socios y el resultado positivo extraordinario pasan íntegramente a dotar o desdotar, según el caso, los fondos de reserva, una vez deducidos los impuestos; lo que desincentiva la realización de este tipo de operaciones desde el punto de vista de los socios, aunque pudieran resultar interesantes para la sociedad cooperativa.

- El resultado positivo ordinario por operaciones con los socios incrementa en parte los fondos de reserva irrepartibles. Otra parte, el retorno cooperativo, se distribuye entre los socios según su participación en la actividad cooperativizada, en cumplimiento del principio cooperativo de la participación económica de los socios, la justicia en la distribución de los resultados.

2.2.4. Respecto a las empresas capitalistas, las convencionales, la estructura financiera de las sociedades cooperativas es diferente en las siguientes partidas:

- El “Fondo de Reserva Obligatorio” que tiene carácter irrepartible y ausencia de rentabilidad para los socios que contribuyen a crearlo; por lo que su constitución está muy comprometida desde los supuestos que se proponen en este trabajo que se concretan en la distribución actualizada de los beneficios generados por los socios.
- El “Fondo de Educación y Promoción” como reserva inembargable, cuya función es la formación y educación de los socios y la promoción de las relaciones intercooperativas. Este fondo no incrementa la solvencia financiera de la sociedad cooperativa.
- El “Capital Social”, que está compuesto por los préstamos a largo plazo que realizan los socios a la sociedad cooperativa, cuya duración está vinculada a la condición de socio.
- Los “Préstamos Voluntarios de los Socios” compuesto por las aportaciones financieras de los socios que no forman parte del “Capital Social”. Las condiciones de estos préstamos es acordada democráticamente por los socios.
- Los “Socios Proveedores de Materiales” y los “Anticipos de Socios Clientes”, como partidas de pasivo exigible a corto plazo, que manifiestan la situación de endeudamiento de la sociedad cooperativa con los socios proveedores y con los socios consumidores, respectivamente.

2.2.5. La participación de los socios en los flujos financieros se materializa con la aportación de recursos a las anteriores partidas financieras. La contraprestación del socio por sus prestaciones se mide en términos de rentabilidad financiera, que ha de ser competitiva con respecto a la del mercado financiero; y que ha de conseguirse retribuyendo a los “Préstamos Voluntarios de los Socios” de manera que se compense:

- La limitación en la retribución a las aportaciones al “Capital Social” por aplicación del principio cooperativo correspondiente.
- La ausencia de retribución a las aportaciones al “Fondo de Reserva Obligatorio”.

2.3. Los flujos reales en la sociedad cooperativa como empresa de distribución de productos.

2.3.1. La participación de los socios en los flujos reales de producción y de distribución, ambos de bienes y servicios, de la sociedad cooperativa es la razón por la cual adquieren esa condición; y la que justifica la participación en los otros dos tipos de flujos que conforman la sociedad: los informativo-decisionales y los financieros.

2.3.2. Las sociedades cooperativas pueden participar como intermediarios en cualquier escalón de los canales de distribución de los productos. La posición depende del tipo de sociedad cooperativa de que se trate: de consumidores y de proveedores; y de la actividad desarrollada.

2.3.3. Las particularidades de la participación de, al menos, una sociedad cooperativa como intermediario en un canal de distribución, con respecto a una situación en la que el canal de distribución esté formado por empresas capitalistas convencionales, son:

- La protección de los derechos de los consumidores y su influencia en la distribución de los productos.

- La formación del precio de los productos que la sociedad cooperativa produce y/o distribuye, con base en la rentabilidad económica de los socios.

2.3.4. El origen del movimiento consumerista se encuentra en la creación de la primera sociedad cooperativa en 1844: la *Rochdale Society of Equitable Pionners*; mucho antes de que se crearan las primeras asociaciones convencionales de consumidores y de que el Estado interviniera en la defensa de los derechos del consumidor.

2.3.5. Dentro del conjunto de organizaciones del movimiento consumerista, tanto públicas como privadas, que se preocupan de proteger los derechos de los consumidores, las únicas que tienen la condición de empresa son las sociedades cooperativas.

2.3.6. La defensa de los derechos del consumidor por parte de las sociedades cooperativas en general, y de las de consumidores en particular, se realiza a través de actividades de doble naturaleza:

- La económica, de producción y/o distribución de productos, por la que los socios, consumidores, participan democráticamente en el proceso de toma de decisiones, y también de las características de los productos que adquieren; intentando hacer máxima la relación calidad-precio.
- La de formación, información y educación de los consumidores, tanto socios como no socios, en asuntos de consumo.

2.3.7. Derivada de la realización de esas actividades, las sociedades cooperativas de consumidores tienen un doble carácter:

- Como empresas de distribución de productos, son una forma comercial que integra a los consumidores.
- Como asociaciones no convencionales de consumidores, que pretenden defender los derechos de los consumidores en general, tanto de los socios como de los no socios.

2.3.8. Los derechos de los consumidores, contemplados en la legislación española en materia de consumo, están incluidos de forma intrínseca en las reglas de funcionamiento de la sociedad cooperativa de consumidores por ser una empresa de empresarios, a la vez que de consumidores.

2.3.9. La legislación española en materia de consumo reconoce sólo a un tipo específico de sociedad cooperativa como asociación no convencional de consumidores: la de consumidores y usuarios. Por tanto, aplica el carácter mutualista que se contiene en la clasificación de las sociedades cooperativas de la legislación del Estado español y de las Comunidades Autónomas españolas.

2.3.10. La restricción del apartado de más arriba, limita la representatividad de las sociedades cooperativas en los distintos órganos y entidades encargadas de asuntos de consumo, en un doble sentido:

- Por no considerar como asociación de consumidores a otros tipos de sociedades cooperativas de consumo como las denominadas de vivienda, de crédito, sanitarias, etcétera.
- Por su carácter empresarial, que da lugar a que asociaciones convencionales de consumidores con menos asociados que las sociedades cooperativas de consumidores y usuarios tengan una mayor participación en determinados organismos en materia de consumo.

2.3.11. La participación de, al menos, una sociedad cooperativa como intermediario en un canal de distribución ha de intentar conseguir que:

- Los socios reciban la máxima rentabilidad económica por sus prestaciones a la sociedad cooperativa, como proveedores o como consumidores de bienes y/o servicios.
- Los consumidores finales obtengan una reducción del precio de los productos que adquieren, respecto a una situación en la que el canal

de distribución esté compuesto exclusivamente por empresas capitalistas convencionales.

2.3.12. La rentabilidad económica que reciben los socios, que deciden democráticamente, al menos en última instancia, con base en su participación en los flujos reales ha de ser máxima para una rentabilidad financiera competitiva en el mercado financiero. Por tanto, debe ser anticipada a la distribución del resultado ordinario con los socios de la sociedad cooperativa, a través de las estrategias consistentes en:

- Hacer máximo el precio que perciben los socios por la entrega de los bienes y servicios para su producción y/o distribución posterior, es decir, hacer máximo el coste variable del consumo de los bienes y servicios entregados por los socios; en el caso de una sociedad cooperativa de proveedores.
- Hacer mínimo el precio de venta de los bienes y servicios que adquieren los socios de la sociedad cooperativa; en el caso de una sociedad cooperativa de consumidores.

2.3.13. La reducción del precio que pagan los consumidores finales por los productos que adquieren cuando, al menos, una sociedad cooperativa participa como intermediario en un canal de distribución se puede producir siempre se verifique que:

- El precio de venta de los productos producidos y/o distribuidos por la sociedad cooperativa sea inferior o igual al de otro intermediario situado en el mismo escalón del canal de distribución: lo cual depende del margen comercial neto unitario aplicado a los productos.
- La política de precios de cada intermediario en el canal de distribución no está condicionada por la del resto de los intermediarios. Es decir, los márgenes comerciales netos unitarios aplicados por los intermediarios situados entre la sociedad cooperativa y el consumidor final, en caso de haberlos, no se incrementan como consecuencia de la

posible reducción del precio de venta de los productos que la sociedad cooperativa vende a esos intermediarios.

2.3.14. El margen comercial neto unitario aplicado por una sociedad cooperativa a los productos que produce y/o distribuye depende de la rentabilidad económica de los socios, esto es:

- En el caso de una sociedad cooperativa de proveedores, el margen comercial neto unitario está en función del coste variable unitario del consumo de los bienes y servicios entregados por los socios a la sociedad cooperativa.
- En el caso de una sociedad cooperativa de consumidores, el margen comercial neto unitario aplicado a los productos ha de intentar hacer mínimo el precio de venta de los mismos, para que sea máxima la diferencia entre el precio que tendrían que pagar los socios en el mercado, a una empresa capitalista convencional que actuara en el mismo escalón del canal que la sociedad cooperativa, y el que pagan a la sociedad cooperativa por los productos que adquieren.

3. La concentración económico-empresarial de las sociedades cooperativas a través de las actividades de distribución de los productos.

3.1. Los procesos de concentración económico-empresarial dan lugar a la reducción del número de empresas que actúan en el mercado y a la aparición de conglomerados empresariales.

3.2. Las sociedades cooperativas han de entrar en procesos de concentración económico-empresarial por razones genéricas, comunes a todas las empresas, y también por razones específicas que tienen que ver con su estructura orgánica, productiva y financiera.

3.2.1. Las necesidades genéricas, de naturaleza interna, para que las sociedades cooperativas entren en procesos de concentración son:

- El cumplimiento de la regla empresarial de crecimiento para facilitar la supervivencia de las empresas; ya que el crecimiento interno de las sociedades cooperativas, mediante la ejecución de inversiones productivas, está limitado por:
 - El número de socios, que es variable debido al principio cooperativo de puertas abiertas.
 - La restricción de la actividad de la sociedad cooperativa con terceros no socios.
- La consecución de sinergias empresariales, cuya valoración en las sociedades cooperativas hay que referirla a la obtención de una mayor rentabilidad económica y financiera de los socios: los sistemas de valoración del efecto sinérgico en las empresas capitalistas convencionales no son aplicables a las sociedades cooperativas, ya que, aunque capitalistas, no son convencionales.

3.2.2. Los cambios en el entorno socio-económico en el ámbito de la distribución de los productos constituyen las necesidades genéricas, de naturaleza externa, para que las empresas, y por ende las sociedades cooperativas, entren en procesos de concentración. Entre estos cambios cabe destacar:

- La globalización de la economía, que ha dado lugar a procesos de concentración de los intermediarios en los canales de distribución, provocando:
 - Un mayor poder de los distribuidores frente a los fabricantes.
 - La incorporación de algunos intermediarios a la actividad financiera.
 - La sustitución de formas comerciales, sobre todo en el escalón minorista.
- Las innovaciones tecnológicas en el ámbito de la información y de la microelectrónica, que han modificado la gestión de las operaciones comerciales de los intermediarios; así como la introducción de nuevas formas de venta directa.
- Los cambios en los hábitos de los consumidores demandando nuevos productos y nuevos servicios comerciales.

3.2.3. El principio cooperativo de intercooperación constituye un requerimiento y además una estrategia específica de las sociedades cooperativas para acometer procesos de concentración.

Las actividades de distribución de los productos pueden ser utilizadas como mecanismo de intercooperación entre las sociedades cooperativas, concretado a través de las diferentes manifestaciones de la concentración empresarial que pueden utilizar este tipo de empresas.

3.3. Los procesos de concentración económico-empresarial de cualquier empresa, sea sociedad cooperativa o empresa capitalista convencional, están limitados, en el ámbito de la Unión Europea, por un marco legislativo que pretende reducir el efecto de la destrucción de la competencia consustancial a la concentración empresarial.

Por otro lado, el entramado legal que tienen las sociedades cooperativas, tanto en el ámbito del Estado español como en el de las Comunidades Autónomas españolas, restringe los procesos de concentración entre sociedades cooperativas por su concepción mutualista.

- 3.4. Se forma un sistema integrado de distribución en un canal de distribución se forma cuando se realizan conjuntamente algunas o todas las actividades de algunos o todos los intermediarios que lo forman.

Este tipo de canal coordinado es diferente de la estructura convencional en la que los miembros en cada escalón del canal de distribución actúan de manera independiente.

La estructura del conglomerado cooperativo, cuando se utilizan las actividades de distribución comercial como instrumento para la concentración, puede estar compuesta por:

- Sistemas integrados de distribución, que se puede llevar a cabo utilizando fórmulas de concentración con o sin vinculación patrimonial, y pueden ser de dos tipos:
 - horizontales, entre dos o más sociedades cooperativas que participan como intermediarios en un mismo escalón del canal de distribución.
 - verticales, entre dos o más sociedades cooperativas situadas en distintos escalones del canal de distribución.
- Entidades financieras cooperativas.

- 3.4.1. Las sociedades cooperativas son en sí mismas sistemas integrados de distribución:

- Horizontales, al agrupar a empresarios individuales que actúan en un mismo escalón del canal de distribución; reuniendo la oferta de bienes y servicios en el caso de sociedades cooperativas de proveedores, o

concentrando la demanda de productos en el caso de las sociedades cooperativas de consumidores.

- Verticales, al tener reconocimiento legal, según la legislación en materia de sociedades cooperativas del Estado español, de mayoristas y minoristas en la distribución y venta de productos; es decir, al realizar funciones de varios intermediarios del canal de distribución.

La literatura en materia de distribución sólo reconoce como sistemas coordinados de distribución verticales a dos tipos de sociedades cooperativas de consumo: las de consumidores de bienes de consumo y las de detallistas; dejando fuera a otros tipos de sociedades cooperativas de consumo de otros tipos de bienes y servicios, como las viviendas, el crédito, los seguros, los servicios sanitarios, de enseñanza y de transporte, así como a las sociedades cooperativas de proveedores.

3.4.2. Las sociedades cooperativas han de entrar en procesos de concentración si desean formar conglomerados cooperativos a través de sistemas integrados de distribución de mayor dimensión, con las correspondientes ventajas derivadas de las sinergias alcanzables.

3.4.3. Los conglomerados cooperativos formados a partir de sistemas integrados de distribución necesitan entidades financieras cooperativas dentro de su estructura, para encauzar los flujos financieros y para permitir el trasvase de plusvalías de unas sociedades a otras dentro del grupo.

3.4.4. Las limitaciones específicas a la formación de conglomerados cooperativos a través de sistemas integrados de distribución pueden provenir:

- de los socios, por la posible reducción de su capacidad en la fijación democrática de los objetivos, y
- de los directores, por la reducción del número de puestos de trabajo, en el caso de concentración con vinculación patrimonial; y por la disminución en su capacidad de dirección, en el caso de utilizar fórmulas

sin vinculación patrimonial, para ajustarse a las normas del conglomerado cooperativo.

3.4.5. Para soslayar las limitaciones del apartado de más arriba, se establecen las siguientes propuestas respecto a:

- las fórmulas de concentración utilizadas para la formación del conglomerado cooperativo, que han de permitir el mantenimiento de los principios cooperativos.
- los directores, que han de:
 - conocer las particularidades de las sociedades cooperativas.
 - recibir una remuneración acorde con la del mercado para profesionales de su cualificación.
 - tener libertad de actuación para conseguir los objetivos del conglomerado cooperativo.
- los socios, que tienen que vincularse efectivamente en los procesos de producción y distribución de las sociedades cooperativas que participan en el conglomerado cooperativo.

3.4.6. La formación de un conglomerado cooperativo a través de sistemas integrados de distribución, tanto horizontales como verticales, utilizando fórmulas con o sin vinculación patrimonial entre dos o más sociedades cooperativas que participan como intermediarios en un canal de distribución; puede generar sinergias positivas de naturaleza cuantitativa y cualitativa sobre los agentes que participan en el canal de distribución.

3.4.6.1. Las sinergias de naturaleza cuantitativa han de manifestarse sobre:

- los consumidores finales, a través de la reducción del precio de venta de los productos que adquieren respecto a una situación en la que las sociedades cooperativas que participan como intermediarios en un canal no formaran un sistema integrado de distribución.

- los socios de las sociedades cooperativas que forman el sistema integrado de distribución, cuya rentabilidad económica ha de ser mayor o igual que si no participaran en el sistema.
- las sociedades cooperativas que participan en el conglomerado cooperativo, que aumentan su valor, expresado en función de la rentabilidad económica y financiera de todos los socios.

3.4.6.2. Caben destacar, al menos dos, de entre los efectos de naturaleza cualitativa que se pueden producir con la formación de un sistema integrado de distribución:

- sobre los productos, tanto en la mejora de la calidad (al tener un mayor control del proceso de producción y/o distribución) como en el aumento de la gama de los productos y de los servicios comerciales ofrecidos a los consumidores.
- sobre el sistema comercial, concretamente:
 - sobre el mercado en general, al contribuir a instaurar la democracia económica que subyace en la sociedad cooperativa.
 - sobre las relaciones entre los intermediarios del canal, por la reducción de los conflictos mejorando su funcionamiento.

3.5. Las formas que pueden emplear las sociedades cooperativas como cualquier otra empresa, para acometer procesos de concentración económico-empresarial a través de sistemas integrados de distribución son:

- Sin vinculación patrimonial, que no supone la pérdida de la personalidad jurídica de las empresas participantes en el sistema integrado de distribución y que da lugar a la creación de una o varias organizaciones que pueden participar como intermediarios en cualquier escalón del canal de distribución en el que las sociedades cooperativas desarrollan su actividad o en un canal alternativo.
- Con vinculación patrimonial, en la que todas o algunas de las empresas participantes pierden su personalidad jurídica. La sociedad cooperativa

resultado de la fusión ha de realizar las funciones en el canal de distribución de las sociedades cooperativas que forman el sistema integrado de distribución.

3.5.1. Las fórmulas de concentración sin vinculación patrimonial a través de las cuales las sociedades cooperativas pueden formar conglomerados son las mismas que las que pueden utilizar las empresas capitalistas convencionales; pero además, disponen de otras específicas.

3.5.1.1. Entre las formas genéricas por razón funcional se destaca:

- La unión temporal de empresas, como sistema de colaboración, que puede ser utilizada por las sociedades cooperativas para centralizar sus actividades de aprovisionamiento y utilizar en común instalaciones y equipos de distribución.
- La agrupación de interés económico, que se configura como una adaptación española de la agrupación europea de interés económico. Se puede utilizar para realizar actividades conjuntas (compras de materias primas, productos intermedios y productos finales; uso de instalaciones, almacenes y redes de distribución; publicidad; investigaciones; etcétera) siempre que sean auxiliares de las actividades que llevan a cabo los socios que la constituyen.
- La sociedad de garantía recíproca, no tiene ninguna utilidad desde el punto de vista del análisis de la distribución, pero se podría emplear para canalizar los flujos financieros dentro del conglomerado cooperativo; sin embargo, la limitación de su actividad a la concesión de avales y prestación de servicios financieros restringe su uso.

3.5.1.2. Entre las formas genéricas por razón de dirección se destaca los grupos de empresas; bien entendido que la participación de las sociedades cooperativas en un grupo de empresas, como sociedades filiales, es inviable por su particular estructura financiera, aunque una sociedad cooperativa puede ser la sociedad dominante del grupo.

La formación de un grupo de empresas por parte de sociedades cooperativas para ampliar o crear redes de distribución se pueden constituir a través de:

- Una sociedad anónima como entidad cabeza de un grupo de sociedades cooperativas.
- Una sociedad cooperativa de segundo grado.
- Una sociedad cooperativa de servicios.

3.5.1.3. Entre las formas genéricas por razón funcional y de dirección se destaca la sociedad de empresas que permite complementar y mejorar las actividades de distribución de los socios que la conforman.

3.5.1.4. Entre las formas específicas por razón funcional destacan:

- La sociedad cooperativa de segundo o ulterior grado, que no es una cooperativa en sentido estricto sino una agrupación de sociedades cooperativas; aunque su funcionamiento se ha de ajustar a los principios cooperativos.

Este tipo de sociedad puede actuar como central de compras y de ventas de los productos de las sociedades cooperativas socias, tratando de mejorar sus actividades de distribución.

- La sociedad cooperativa de integración, de reciente regulación, que constituye la aplicación a la forma cooperativa de la agrupación de interés económico.

Esta forma específica de concentración permite el fomento de las actividades de distribución de sus socios, tanto sociedades cooperativas como entidades de la denominada “economía social”.

3.5.1.5. Entre las formas específicas por razón de dirección se distinguen:

- El grupo de sociedades cooperativas formado por una entidad cabeza de grupo, que puede ser una empresa capitalista convencional o una sociedad cooperativa, y las empresas asociadas

que son sociedades cooperativas. Su utilización puede permitir ampliar la estructura comercial de las sociedades cooperativas asociadas.

- La unión, la federación y la confederación, que son organizaciones representativas de las sociedades cooperativas para la defensa y promoción de sus intereses, cuya función desde el análisis de la distribución puede ser el fomento de las relaciones entre sociedades cooperativas para la formación de sistemas integrados de distribución.

3.5.1.6. Entre las formas específicas por razón funcional y de dirección se encuentra la sociedad cooperativa de servicios, cuya actividad es la prestación de suministros y servicios, y la realización de operaciones encaminadas al mejoramiento económico y técnico de las actividades de sus socios; y puede ser utilizada por intermediarios que desarrollan la misma actividad y están situados en el mismo escalón del canal de distribución.

3.5.2. La concentración entre sociedades cooperativas con vinculación patrimonial supone:

- En el caso de fusión pura, la desaparición de las empresas que se concentran y la creación de una nueva.
- En el caso de fusión por absorción, la disolución de las sociedades cooperativas absorbidas que pasan a la absorbente, que mantiene su personalidad jurídica.

Ahora bien, es conveniente contemplar la eventualidad, o incluso la conveniencia, de que se produzcan desvinculaciones patrimoniales como paso previo a un proceso de fusión para la formación de un sistema integrado de distribución.

ANEXO:
EL MARCO INSTITUCIONAL DE LAS SOCIEDADES COOPERATIVAS

1. El marco institucional de las sociedades cooperativas.

En este anexo se pretende analizar el entorno institucional de las sociedades cooperativas, haciendo especial referencia al ámbito de la Unión Europea que es un espacio político-económico amplio.

La promoción de las sociedades cooperativas depende tanto de los distintos organismos englobados en las Administraciones Públicas, como de las organizaciones representativas en sus diferentes ámbitos de actuación.

1.1. Las Administraciones Públicas.

Los organismos de las Administraciones Públicas que se ocupan de la promoción de las sociedades cooperativas están contenidos en el siguiente cuadro.

Ámbito de actuación	Entidades dependientes de las Administraciones Públicas
La Unión Europea	La Dirección General XXIII de la Unión Europea.
El Estado Español	El Instituto Nacional de Fomento de la Economía Social (INFES) del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.
Las Comunidades Autónomas españolas	El Consejo Andaluz de Cooperación de la Comunidad Autónoma de Andalucía. El Consejo Superior de la Cooperación de la Comunidad Autónoma de Cataluña. El Consejo Cooperativo de la Comunidad Foral de Navarra. El Consejo Superior de Cooperativas del País Vasco. El Consejo Valenciano de Cooperativas de la Comunidad Autónoma de Valencia. El Instituto para la Promoción y la Formación Cooperativa de la Comunidad Autónoma de Cataluña. El Instituto de Cooperativas Agrarias de la Comunidad Autónoma de Valencia.

Cuadro 1.

Los organismos de las Administraciones Públicas para la promoción de las sociedades cooperativas.

1.1.1. Las Administraciones Públicas de la Unión Europea.

El Tratado de Roma recoge una primera mención institucional, por parte de la entonces denominada Comunidad Económica Europea, de las sociedades cooperativas en relación con el derecho de domicilio¹.

Desde entonces, el debate sobre las sociedades cooperativas se ha intensificado en el ámbito de los organismos oficiales, incluso se ha llegado a crear una unidad dedicada a la economía social dentro de la Dirección General XXIII de la Comisión de la Unión Europea.

La Dirección General XXIII es un organismo dependiente de la Comisión de la Unión Europea², que se compone de dos subdirecciones³:

- La subdirección A, dedicada a la promoción de la empresa y mejora del entorno empresarial, con cuatro unidades: política general de la empresa; comercio y distribución; turismo; y economía social.
- La subdirección B, dedicada a las medidas comunitarias en favor de la empresa, con tres unidades: información de la empresa; mejora de la cooperación y el desarrollo transnacional de la pequeña y mediana empresa; y mejora de las condiciones de acceso a la empresa y al mercado.

La creación de la unidad de "economía social" en 1989, supone un tratamiento específico de las empresas de participación que pretende su promoción y desarrollo, para asegurar una mejor presencia y una mayor competitividad en el mercado interior de la Unión Europea y en las distintas políticas comunitarias.

¹ COMUNIDADES EUROPEAS: Tratado Constitutivo de la Comunidad Económica Europea..., *opus cit.*, artículo 58.

² J.A. NIETO SOLÍS: **Introducción a la economía de la Comunidad Europea**, Siglo Veintiuno de España Editores, Madrid, 1991, p. 25.

³ COMUNIDADES EUROPEAS: **Organigrama de la Comisión Europea**, Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas, Luxemburgo, 1994, pp. 135-136.

Para conseguir estos objetivos, la Dirección General XXIII desarrolla un programa de trabajo plurianual (1994-1996)⁴, que está basado en la comunicación de la Comisión al Consejo Económico y Social de la Unión Europea sobre "Las empresas de la economía social y la realización del mercado europeo sin fronteras", en el que solicita para las sociedades cooperativas, las mutualidades y las asociaciones⁵:

- Fomentar su desarrollo ante los cambios acontecidos por la supresión de las fronteras en la Unión Europea.
- Proporcionarles todos los medios con los que cuentan el resto de las empresas para beneficiarse del mercado sin fronteras.
- Facilitarles instrumentos que para el acercamiento y la cooperación entre empresas.

La ejecución de dicho programa de trabajo se realiza a través de estudios sobre el desarrollo de las empresas de participación en la Unión Europea, la promoción de la colaboración transnacional y la mejora de los sistemas de información.

Por otra parte, se encuentra bajo la responsabilidad de la Dirección General XXIII la elaboración de la propuesta de Estatuto de la sociedad cooperativa europea, así como de la asociación y de la mutualidad europea. El proyecto de Estatuto⁶ es objeto de discusión en el Consejo de Ministros.

La composición de la Dirección General XXIII es la siguiente: un director general, dos consejeros, un asistente y un encargado de las relaciones institucionales.

⁴ COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS: Propuesta de Decisión del Consejo, relativa al programa plurianual (1994-1996) de trabajo en favor de las cooperativas, las mutualidades, las asociaciones y las fundaciones en la Comunidad (presentada por la Comisión), COM(93) 650 final Bruselas, ISSN 0257-9545, N. de catálogo: CB-CO-93-706-ES-C, ISBN 92-77-62712-3, Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas, L-2985 Luxemburgo, 16 de febrero de 1994.

⁵ COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS: *Las empresas de la economía social y la realización del mercado europeo sin fronteras*, Comunicación de la Comisión al Consejo Económico y Social, Bruselas, 18 de diciembre de 1989.

⁶ COMUNIDADES EUROPEAS: Propuesta Modificada de la Comisión, de 6 de julio de 1993, del Reglamento (CEE) del Consejo..., *opus cit.*
COMUNIDADES EUROPEAS: Propuesta Modificada de la Comisión, de 6 de julio de 1993, de Directiva del Consejo..., *opus cit.*

1.1.2. Las Administraciones Públicas del Estado español.

El Instituto Nacional de Fomento de la Economía Social es un organismo autónomo adscrito a la Secretaría General de Empleo del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales⁷.

Las funciones de este Instituto se contienen en el siguiente cuadro.

Funciones del Instituto Nacional de Fomento de la Economía Social del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales ⁸ .
1.- De formación e investigación sobre sociedades cooperativas y anónimas laborales. <ul style="list-style-type: none">• La realización de estudios y trabajos de investigación.• El análisis, la elaboración y la aplicación de normas y disposiciones legales.• La realización de acuerdos y convenios con Universidades y Comunidades Autónomas.
2.- De administración e inspección. <ul style="list-style-type: none">• La calificación, la inscripción y la certificación del Registro de Cooperativas y del Registro Administrativo de Sociedades Anónimas Laborales.
3.- De promoción de las sociedades cooperativas y anónimas laborales. <ul style="list-style-type: none">• La realización de programas de asistencia técnica.• El desarrollo de programas de subvenciones y ayudas.• La aplicación del activo sobrante de las sociedades cooperativas liquidadas.

Cuadro 2.

Las funciones del Instituto Nacional de Fomento de la Economía Social del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales para el fomento de las empresas de participación.

La estructura administrativa de este instituto está compuesta por el Consejo y la Dirección General.

El Consejo es el órgano superior, y se encuentra constituido por representantes de distintos Ministerios, que por sus políticas puedan incidir en el desarrollo de las empresas

⁷ ESPAÑA: REAL DECRETO 1888/1996, de 2 de agosto, de estructura básica del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, **B.O.E.** del 6, artículo 8.5.

⁸ Creado y regulado por:

ESPAÑA: REAL DECRETO 649/1994, de 15 de abril, por el que se aprueba el Reglamento Orgánico del Consejo del Instituto Nacional de Fomento de la Economía Social, **B.O.E.** del 14 de mayo.

ESPAÑA: REAL DECRETO 1836/1991, de 28 de diciembre, por el que se determina la estructura orgánica básica y funciones del organismo autónomo Instituto Nacional de Fomento de la Economía Social, **B.O.E.** del 30.

ESPAÑA: LEY 31/1990, de 27 de diciembre, de Presupuestos Generales del Estado para 1991, **B.O.E.** del 28, artículo 98.

de participación; así como, por representantes de las organizaciones representativas de las empresas de participación.

La Dirección General es el órgano de dirección y gestión de las actividades desarrolladas por el instituto.

Para desarrollar las funciones de promoción de las sociedades cooperativas y anónimas laborales el Instituto Nacional de Fomento de la Economía Social concede ayudas y subvenciones con diversos fines⁹:

- La asistencia técnica de las sociedades cooperativas.
- La creación y el mantenimiento del empleo, a través de los socios de trabajo.
- El apoyo financiero, a través de la reducción de los intereses de los créditos.
- El fomento del asociacionismo.

⁹ Con base en:

ESPAÑA: ORDEN de 18 de marzo de 1993, por la que se prorroga y modifica la Orden de 29 de julio de 1992, que completa las bases reguladoras que han de regir la concesión por el Instituto Nacional de Fomento de la Economía Social de las ayudas y subvenciones con cargo al programa "Desarrollo Cooperativo", **B.O.E.** del 2 de abril.

ESPAÑA: LEY 22/1992, de 30 de julio, de medidas urgentes sobre fomento del empleo y protección por desempleo, **B.O.E.** del 4 de agosto.

ESPAÑA: ORDEN de 29 de julio de 1992, por la que se completa las bases reguladoras que han de regir la concesión por el Instituto Nacional de Fomento de la Economía Social de las ayudas y subvenciones con cargo al programa "Desarrollo Cooperativo", **B.O.E.** del 13 de agosto.

ESPAÑA: ORDEN de 18 de mayo de 1988, por la que se regulan diversas ayudas a Cooperativas y Sociedades Anónimas, **B.O.E.** del 7 de junio.

ESPAÑA: RESOLUCIÓN de 29 de abril de 1988, por la que se regula la concesión de subvenciones en concepto de renta de subsistencia para desempleados que adquieran la condición de socios trabajadores de una Cooperativa, **B.O.E.** del 7 de junio.

ESPAÑA: ORDEN de 6 de abril de 1987, por la que se complementa el programa de apoyo al empleo y aprueba el Plan para 1987 de Formación, Difusión y Fomento de Cooperativismo y de la Economía Social, **B.O.E.** del 10.

ESPAÑA: ORDEN de 21 de febrero de 1986, por la que se establecen diversos programas de apoyo a la creación de empleo, **B.O.E.** del 27.

ESPAÑA: REAL DECRETO 1044/1985, de 19 de junio, por el que se regula el abono de la prestación por desempleo en su modalidad de pago único por el valor actual de su importe como medida de fomento de empleo, **B.O.E.** del 2 de julio.

1.1.3. Las Administraciones Públicas de las Comunidades Autónomas españolas.

Las Comunidades Autónomas con competencias transferidas en materia de sociedades cooperativas, y que tienen legislación específica sobre éstas, crean distintos organismos (consejos e institutos), cuyo objetivo es el fomento y desarrollo de las sociedades cooperativas.

1.1.3.1. Los Consejos de las Administraciones Públicas de las Comunidades Autónomas españolas.

Los consejos son considerados por un lado, como organismos colaboradores de los gobiernos autonómicos para el fomento de la participación, tanto económica como social de las sociedades cooperativas; siendo por otro lado, el máximo órgano de promoción y representación de estas empresas y de sus organizaciones representativas.

Estos consejos están compuestos por representantes de las organizaciones empresariales de las sociedades cooperativas, representantes de los gobiernos autónomos y expertos en sociedades cooperativas¹⁰.

El siguiente cuadro contiene los distintos consejos y sus funciones.

¹⁰ Es el caso del Consejo Superior de la Cooperación de la Comunidad Autónoma de Cataluña y del Consejo Superior de Cooperativas de la Comunidad Autónoma del País Vasco.

Comunidad Autónoma	Denominación	Funciones
Andalucía	El Consejo Andaluz de Cooperación ¹¹	1.- De difusión y formación sobre sociedades cooperativas. 2.- De fomento de las sociedades cooperativas: <ul style="list-style-type: none"> • La realización de estudios en los distintos sectores de actividad. • La realización de proposiciones en asuntos legislativos que puedan afectar a las sociedades cooperativas. • La aplicación de los fondos sobrantes (Fondo de Reserva Obligatorio y Fondo de Educación y Promoción), en caso de liquidación de las sociedades cooperativas¹⁵. 3.- De intermediación, interviniendo por la vía de la conciliación en los litigios tanto entre sociedades cooperativas como entre los socios. 4.- De inspección, para la aplicación de los principios cooperativos.
Cataluña	El Consejo Superior de la Cooperación ¹²	
Foral de Navarra	El Consejo Cooperativo de Navarra ¹³	
País Vasco	El Consejo Superior de Cooperativas de Euskadi ¹⁴	
Valencia	El Consejo Valenciano del Cooperativismo ¹⁶	

Cuadro 3.

Los consejos autonómicos para la promoción y el fomento de las sociedades cooperativas.

1.1.3.2. Los Institutos de las Administraciones Públicas de las Comunidades Autónomas españolas.

Debido al gran número y desarrollo de las sociedades cooperativas en la Comunidad Autónoma de Cataluña y de Valencia, éstas han creado dos institutos: el Instituto para la Promoción y la Formación Cooperativa y el Instituto de Cooperativas Agrarias de Valencia, respectivamente, dedicados a la promoción y fomento de las sociedades cooperativas.

¹¹ Creado y regulado por:

COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA: LEY 2/1985..., *opus cit.*, artículo 106.

¹² Creado y regulado por:

COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CATALUÑA: DECRETO LEGISLATIVO 1/1992..., *opus cit.*, artículos 113, 114, 115, 116, 117, 118 y 119.

¹³ Creado y regulado por:

COMUNIDAD FORAL DE NAVARRA: LEY FORAL 12/1996..., *opus cit.*, artículo 81.

¹⁴ Creado y regulado por:

COMUNIDAD AUTÓNOMA DEL PAÍS VASCO: LEY 4/1993..., *opus cit.*, artículo 145.

¹⁵ En el caso de la Comunidad Autónoma de Cataluña y de Valencia, esta función la debe realizar la Federación de Cooperativas de la que la sociedad cooperativa sea socia.

¹⁶ Creado y regulado por:

COMUNIDAD AUTÓNOMA DE VALENCIA: LEY 11/1985..., *opus cit.*, artículo 107; modificada por COMUNIDAD AUTÓNOMA DE VALENCIA: LEY 3/1995..., *opus cit.*, artículo primero.

1.1.3.2.1. El Instituto para la Promoción y Formación Cooperativas¹⁷.

El Instituto para la Promoción y Formación Cooperativas es un organismo autónomo de carácter administrativo, con personalidad jurídica propia, con el objetivo de promocionar y fomentar la formación cooperativa, tanto de forma directa como a través de órganos especializados.

Las funciones de este instituto son: estudiar y difundir la cooperación como movimiento económico y social, así como sus principios; organizar cursos, mesas redondas, conferencias y seminarios sobre cooperativismo; formar técnicos para la dirección y la gestión de las sociedades cooperativas; y elaborar estudios y realizar investigaciones de las distintas empresas de participación.

1.1.3.2.2. El Instituto de Cooperativas Agrarias de Valencia¹⁸.

Este instituto tiene carácter de servicio, sin personalidad jurídica propia, dependiente de la Consejería de Agricultura de la Generalidad de Valencia.

Entre las funciones de este instituto se pueden destacar: la promoción de fórmulas asociativas agrarias en los procesos de producción, comercialización y crédito agrario; la realización de estudios sobre el sector agrario; la educación cooperativa de los agricultores; la prestación de colaboración técnica a las sociedades cooperativas agrarias; y ser órgano consultor en asuntos de política agraria en la Comunidad Autónoma de Valencia.

¹⁷ Creado y regulado por:

COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CATALUÑA: LEY 7/1985, de 14 de mayo, por la que se crea el Instituto para la Promoción y Formación Cooperativas, **D.O.G.C.** del 24.

¹⁸ Creado y regulado por:

COMUNIDAD AUTÓNOMA DE VALENCIA: DECRETO 7/1993, de 25 de enero, por el que se modifica el Reglamento orgánico y funcional de la Consejería de Agricultura y Pesca de la Generalitat de Valencia, **D.O.G.V.** del 2 de febrero.

COMUNIDAD AUTÓNOMA DE VALENCIA: DECRETO 45/1984, de 16 de abril, por el que se crea el Instituto de Cooperativismo Agrario Valenciano, **D.O.G.V.** del 25 de mayo.

1.2. Las organizaciones representativas de las sociedades cooperativas.

Las organizaciones representativas de las sociedades cooperativas son el mejor instrumento para hacer valer sus derechos y para ser representadas ante cualquier institución y organismo.

En el siguiente cuadro, se pueden observar las distintas organizaciones representativas de las sociedades cooperativas en el ámbito mundial, en el ámbito de la Unión Europea y en el ámbito del Estado español.

Ámbito de actuación	Las organizaciones representativas de las sociedades cooperativas
Mundial	La Alianza Cooperativa Internacional (ACI).
Unión Europea	<ul style="list-style-type: none"> • El Comité de Coordinación de las Asociaciones Cooperativas de la Comunidad Europea (CCACC). • La Asociación Europea de Cooperativas de Seguros (AACE). • El Grupo de Bancos Cooperativos de la Unión Europea. • El Comité Europeo para la Coordinación de las Organizaciones de Vivienda Social (CECODHAS). • El Comité Europeo de Cooperativas de Producción (CECOP). • El Comité Europeo de Coordinación de Turismo Social: Cooperativo, Sindical, y Asociativo (CECOTOS). • El Comité General de las Cooperativas Agrarias (COGECA). • La Organización Europea de Cooperativas de Consumidores (EUROCOOP). • La Unión Europea de Farmacias Sociales, Mutuales y Cooperativas (UEPSMC). • La Unión de Asociaciones de Compras de Cooperativas de Detallistas (UGAL).
Estado español	<ul style="list-style-type: none"> • La Confederación Empresarial Española de la Economía Social (CEPES). • La Confederación de Cooperativas Agrarias de España (CCAE). • La Confederación de Cooperativas Españolas de Trabajo Asociado (COCETA). • La Confederación Española de Cooperativas de Viviendas (CONCOVI). • La Confederación Española de Cooperativas de Consumidores y Usuarios (HISPACOO). • La Unión de Cooperativas de Transportes (UCOTRANS). • La Unión Española de Cooperativas de Enseñanza (UECOE). • La Unión Nacional de Cooperativas del Mar (UNACO-MAR). • La Unión de Cooperativas de Crédito Agrario y Rural (UNESCAR). • La Unión Nacional de Cooperativas de Crédito (UNACC). • La Asociación de Cooperativas Farmacéuticas (ACOFARMA). • La Asociación Nacional de Cooperativas y Comunidades de Viviendas (AGECOVI).

Cuadro 4.
Las organizaciones representativas de las sociedades cooperativas.

1.2.1. Las organizaciones representativas de las sociedades cooperativas en el ámbito mundial.

1.2.1.1. La Alianza Cooperativa Internacional¹⁹.

El movimiento cooperativo internacional tiene en la Alianza Cooperativa Internacional su máxima expresión, estando representadas todas las sociedades cooperativas, con independencia del sector económico en el que desarrollen su actividad.

La Alianza Cooperativa Internacional, con sede en Bruselas, se creó en 1885, en el Congreso de Londres. En la actualidad, está compuesta por más de doscientas organizaciones miembros de noventa países y agrupa a más de setecientos millones de socios.

El principal objetivo de esta organización es la promoción y la salvaguarda de los valores y de los principios cooperativos.

Sus funciones más destacadas son:

- La formulación, y en su caso, adaptación de los principios cooperativos, así como su defensa y difusión.
- La representación de manera universal de las sociedades cooperativas.
- El fomento de las relaciones económicas entre las organizaciones cooperativas, tanto en el ámbito nacional como en el internacional.

¹⁹ Este epígrafe se ha confeccionado con base en:

ALIANZA COOPERATIVA INTERNACIONAL: **Estatutos y ordenes permanentes**, Alianza Cooperativa Internacional, Alemania, 1988.

ALIANZA COOPERATIVA INTERNACIONAL: **La década del...**, *opus cit.*

INTERNATIONAL COOPERATIVE ALLIANCE: **ICA News**, International Cooperative Alliance, Ns. 1-6, Geneva, 1992-1993.

W.P. WATKINS: **L'Alliance Coopérative International 1895-1970**, ACI, London, 1971.

La estructura orgánica de la Alianza Cooperativa Internacional, modificada en 1992, se compone de los siguientes órganos colegiados: la asamblea general, las asambleas regionales, la junta y la comisión de verificación y control.

1.2.2. Las organizaciones representativas de las sociedades cooperativas en el ámbito comunitario²⁰.

El gran desarrollo experimentado en los últimos años por las sociedades cooperativas en Europa, ha derivado en la constitución de diversas organizaciones representativas de carácter sectorial.

Las organizaciones representativas de las sociedades cooperativas en la Unión Europea pretenden fomentar su coordinación e integración; y, por tanto, se consideran interlocutores permanentes de las distintas instituciones de la Unión Europea, en lo relativo a asuntos socio-económicos, legales y políticos que pudieran afectar a las sociedades cooperativas.

²⁰ Con base en:

P.H. CASSELMAN: **The Cooperative Movement and Some of its Problems**, Philosophical Library, New York, 1952.

COMITE ECONOMIQUE ET SOCIAL DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENES: **Les Organisations Coopératives, Mutualistes et Associatives dans la Communauté Européenne**, Office des Publications Officielles des Communautés Européennes, Bruxelles, 1986.

COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS: *Las instituciones de la Comunidad Europea, La Europa sin fronteras*, Comisión Europea, N. 2, 1994.

COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES: **Répertoire des Organisations Professionnelles de la Communauté Européenne**, Ediciones Delta, Bruselas, 1992.

DIRECCIÓN GENERAL DE COOPERATIVAS Y SOCIEDADES LABORALES DEL MINISTERIO DE TRABAJO Y SEGURIDAD SOCIAL: *Organizaciones cooperativas en la Comunidad Económica Europea (II)*, **Boletín de Estudios y Documentación (Cooperativismo y Economía Social)**, Servicio de Publicaciones del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, febrero-marzo, 1985, pp. 1-9.

DIRECCIÓN GENERAL DE COOPERATIVAS Y SOCIEDADES LABORALES DEL MINISTERIO DE TRABAJO Y SEGURIDAD SOCIAL: *Organizaciones cooperativas en la Comunidad Económica Europea (I)*, **Boletín de Estudios y Documentación (Cooperativismo y Economía Social)**, Servicio de Publicaciones del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, enero, 1985, pp. 1-16.

A. MARTÍNEZ CHARTERINA: *El Consejo Superior de Cooperativas de Euskadi en el marco del movimiento cooperativo internacional* en VARIOS: **Anuario de Estudios Cooperativos**, Universidad de Deusto, Bilbao, 1994, pp. 131-146.

R. SCHLÜTER: *Le Comité de Coordination des Associations de Cooperatives de la CEE (II)*, **Cuaderno de Trabajo**, N. 15, CIRIEC-España, Valencia, 1992.

R. SCHLÜTER: *L'Economie Sociale et les Organisations Cooperatives dans la CEE (I)*, **Cuaderno de Trabajo**, N. 11, CIRIEC-España, Valencia, 1992.

Los objetivos y las funciones de las organizaciones representativas de las sociedades cooperativas en el ámbito de la Unión Europea, se contienen en el siguiente cuadro.

Objetivos de las organizaciones representativas de las sociedades cooperativas en el ámbito de la Unión Europea.	Funciones de las organizaciones representativas de las sociedades cooperativas en el ámbito de la Unión Europea.
<ol style="list-style-type: none"> 1.- Representar los intereses de las sociedades cooperativas, ante las instancias de la Unión Europea, así como, ante otros organismos comunitarios; y de esta manera reforzar su posición. 2.- Realizar estudios jurídicos, económicos, financieros y sociales que sirvan para poner de manifiesto las características específicas de las sociedades cooperativas y su importancia. 3.- Promover la colaboración entre las sociedades cooperativas con distintos sectores económicos y apoyar proyectos intercooperativos. 4.- Participar en el desarrollo de las políticas de las instituciones de la Unión Europea. 5.- Promocionar a las sociedades cooperativas en sus distintos sectores. 	<ol style="list-style-type: none"> 1.- Promover el intercambio de información entre las organizaciones representativas de los estados miembros. 2.- Organizar reuniones de trabajo. 3.- Preparar iniciativas concretas y de interés general para sus miembros. 4.- Aumentar la eficacia económica, técnica y social de cada una de las organizaciones adheridas. 5.- Aplicar y desarrollar servicios de información para sus socios. 6.- Desarrollar sus organizaciones miembros y reforzar a las organizaciones menos fuertes. 7.- Informar, coordinar, asistir y aconsejar a sus miembros en todas sus acciones. 8.- Realizar trabajos de investigación para el conocimiento y fomento de las sociedades cooperativas.

Cuadro 5.

Los objetivos y las funciones de las organizaciones representativas de las sociedades cooperativas en el ámbito de la Unión Europea.

1.2.2.1. El Comité de Coordinación de las Asociaciones Cooperativas de la Comunidad Europea.

El Comité de Coordinación de las Asociaciones Cooperativas de la Comunidad Europea es la organización representativa compuesta por el conjunto de las organizaciones representativas sectoriales de las sociedades cooperativas en la Unión Europea.

Esta organización no está integrada institucionalmente en la Unión Europea, pero es reconocida por las instituciones comunitarias (Parlamento Europeo, Comisión Europea y Comité Económico y Social) como único interlocutor de las organizaciones representativas de las sociedades cooperativas europeas para la defensa de sus intereses.

Se constituyó en 1983, como respuesta a la llamada del Parlamento Europeo para la creación de un único organismo de coordinación y defensa del conjunto de las sociedades cooperativas de la Unión Europea.

Entre los objetivos de este comité caben destacar los siguientes:

- El desarrollo de iniciativas de colaboración transnacional entre los distintos tipos de sociedades cooperativas.
- El aumento de la participación en las instancias europeas, para defender con más fuerza los intereses de las sociedades cooperativas.

Para conseguir los objetivos expresados más arriba, el comité realiza las siguientes actividades:

- a.- Proponer la elaboración de instrumentos jurídicos comunitarios, para asegurar la capacidad jurídica de las sociedades cooperativas. En este sentido, el Comité de Coordinación de las Asociaciones Cooperativas de la Comunidad Europea ha realizado una función predominante en la confección del proyecto de estatuto de la sociedad cooperativa europea.
- b.- Proponer la eliminación de barreras reglamentarias y legislativas que impiden la creación de algunos tipos de sociedades cooperativas en algunos países de la Unión Europea²¹.
- c.- Promover y desarrollar sociedades cooperativas, especialmente en las regiones desfavorecidas de la Unión Europea, para de esta manera tener un mejor acceso a los fondos estructurales.
- d.- Desarrollar las relaciones exteriores de la Unión Europea con los países en vías de desarrollo, en particular con los países ACP (Africa-Caribe-Pacífico).

A este comité pertenecen nueve organizaciones representativas sectoriales, de ámbito comunitario, que se estudian a continuación.

²¹ Este es el caso de las sociedades cooperativas de farmacias en seis países de la Unión Europea; de las sociedades cooperativas de seguros en Francia; y de las sociedades cooperativas de consumidores en Luxemburgo.

1.2.2.1.1. La Asociación Europea de Cooperativas de Seguros.

Debido a la internacionalización de los seguros y su influencia creciente en la Unión Europea, se creó en 1978 la Asociación Europea de Cooperativas de Seguros. Esta Asociación se configura como una sección europea de la *Federación Internacional de Cooperativas de Seguros (FICA)*.

El objetivo específico de esta organización es la consecución del mercado común del seguro, participando en la elaboración de la normativa europea del seguro, para evitar que las sociedades cooperativas de seguros y las mutuas queden marginadas.

Como en España no hay reconocidas sociedades cooperativas de seguros no hay socio español en esta organización.

1.2.2.1.2. El Grupo de Bancos Cooperativos de la Unión Europea.

Al lado de las estructuras europeas de los bancos comerciales y de las cajas de ahorro, el Grupo de los Bancos Cooperativos de la Unión Europea, creado en 1970, constituye la tercera organización representativa del sector bancario a nivel comunitario.

Las actividades de esta organización representativa consisten fundamentalmente, en la armonización de la legislación bancaria y de financiación de la agricultura y de las pequeñas y medianas empresas.

El Banco de Crédito Agrícola y la Unión Nacional de Cooperativas de Crédito son socios españoles del Grupo de Bancos Cooperativos de la Unión Europea.

1.2.2.1.3. El Comité Europeo para la Coordinación de las Organizaciones de Vivienda Social.

Este comité se fundó en 1986, por diferentes federaciones de sociedades cooperativas de viviendas; ampliándose en 1988, a otros tipos de organizaciones de viviendas sociales.

Entre sus objetivos específicos están la promoción de las sociedades cooperativas de viviendas, mediante la coordinación y el mutuo apoyo de las organizaciones nacionales, *con el fin de mejorar las posibilidades económicas, técnicas y sociales de este tipo de sociedad cooperativa.*

La Confederación Española de Cooperativas de Viviendas es el socio español.

1.2.2.1.4. El Comité Europeo de Cooperativas de Producción.

La estructura representativa de las sociedades cooperativas de trabajo asociado en el seno de la Unión Europea, se configura a través del Comité Europeo de Cooperativas de Producción, creado en 1979 en Manchester.

A tenor de lo dispuesto en sus estatutos, este comité se conforma como una asociación de representación, de tutela, de promoción y de coordinación de sus miembros.

El socio español es la Confederación de Cooperativas Españolas de Trabajo Asociado.

1.2.2.1.5. El Comité Europeo de Coordinación del Turismo Social: Cooperativo, Sindical y Asociativo.

Por iniciativa de la Oficina Internacional de Turismo Social y de la Unión Internacional de Turismo Cooperativo y Asociativo, se creó en 1984 el Comité Europeo de

Coordinación del Turismo Social: Cooperativo, Sindical y Asociativo, que agrupa a las organizaciones cooperativas, mutuales, sindicales y asociativas de los países de la Unión Europea, que operan en el sector del turismo.

Entre las actividades de este comité destaca la creación de grupos cooperativos, para poner en común equipos de animación y servicios de promoción; así como el fomento y desarrollo del turismo rural.

1.2.2.1.6. El Comité General de las Cooperativas Agrarias.

El órgano de representación comunitario de las sociedades cooperativas agrarias está constituido, desde 1959, por el Comité General de las Cooperativas Agrarias, con sede en Bruselas.

Este comité tiene como función el desarrollo de la Política Agraria Común, colaborando con el Comité de las Organizaciones Profesionales Agrarias, con el que comparte una Secretaría General Técnica.

Entre las actividades específicas de este comité destacan la promoción del desarrollo tecnológico, las modificaciones estructurales, en el nivel comercial y de la distribución, y la entrada de las sociedades cooperativas agrarias en los procesos agroindustriales.

La Confederación de Cooperativas Agrarias de España y la Unión Nacional de Cooperativas del Mar son los socios españoles.

1.2.2.1.7. La Organización Europea de Cooperativas de Consumidores.

Esta organización se creó en 1957, y representa a las sociedades cooperativas de consumidores en el seno de la Unión Europea.

La Organización Europea de Cooperativas de Consumidores como organización de consumidores, está reconocida oficialmente por la Comisión de la Unión Europea, participando en el Comité Consultivo de los Consumidores.

La Confederación Española de Cooperativas de Consumidores y Usuarios es el socio español.

1.2.2.1.8. La Unión Europea de Farmacias Sociales, Mutuales y Cooperativas.

Debido al apoyo de las organizaciones mutualistas y cooperativas de Francia, Países Bajos, Italia y Bélgica, y por los problemas para dispensar medicamentos, se creó en 1961 la Unión Europea de Farmacias Sociales, Mutuales y Cooperativas, con sede en Bruselas.

El objetivo primordial de esta unión es la eliminación de los obstáculos legislativos en algunos países comunitarios para establecer farmacias sociales.

1.2.2.1.9. La Unión de Asociaciones de Compras de Cooperativas de Detallistas.

Esta unión se creó en 1963, y representa a los grupos de compra y de servicios cooperativos constituidos por minoristas independientes, especialmente en el sector alimentario.

El objetivo de estos grupos de compra cooperativos es la creación de servicios, para asegurar la supervivencia y el desarrollo de la actividad de los detallistas independientes.

1.2.3. Las organizaciones representativas de las sociedades cooperativas en el ámbito del Estado español.

1.2.3.1. La Confederación Empresarial Española de la Economía Social.

El Estado español se caracteriza por la atomización de las organizaciones que representan a las empresas de participación, en un doble sentido²²:

- a) el mutualista, que reúne a empresas homogéneas según el tipo de socios,
- b) el territorial, o por razón de la ubicación en la misma comunidad autónoma; promovido, sin duda, por la progresiva asunción de competencias en materia de sociedades cooperativas.

No obstante, se asiste a un proceso de unificación a nivel representativo a través de la Confederación Empresarial Española de la Economía Social²³, compuesta por la mayoría de las confederaciones o uniones territoriales sectoriales.

Esta confederación se configura como una organización profesional de tipo confederativo e intersectorial, de ámbito estatal constituida para la coordinación, representación, gestión, fomento y defensa de los intereses empresariales de sus miembros; siendo el máximo órgano de representación de las sociedades cooperativas en el ámbito del Estado español.

Entre los objetivos que pretende esta confederación, caben destacar los siguientes:

- a.- Fomentar y defender las empresas de la denominada “economía social”, así como los movimientos y sectores que la integran.

²² C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ: *La economía social...*, *opus cit.*

²³ Nueva denominación desde diciembre de 1993 del Comité Español Permanente de la Economía Social.

- b.- Promover y defender la integración y la coordinación de las organizaciones de la “economía social”.
- c.- Difundir y defender los intereses generales de las empresas y entidades de la “economía social” ante la sociedad, las organizaciones profesionales, empresariales y/o sindicales, las Administraciones Públicas y las instituciones europeas e internacionales.

Los miembros de esta confederación, según su naturaleza, están contenidos en el siguiente cuadro²⁴.

Las organizaciones representativas de las empresas de participación.	<ul style="list-style-type: none"> • La Confederación de Cooperativas Agrarias de España (CCAEE). • La Confederación de Cooperativas Españolas de Trabajo Asociado (COCETA). • La Confederación Española de Cooperativas de Viviendas (CONCOVI). • La Confederación Española de Cooperativas de Consumidores y Usuarios (HISPACOOOP). • La Unión de Cooperativas de Transportes (UCOTRANS). • La Unión Española de Cooperativas de Enseñanza (UECOE). • La Unión Nacional de Cooperativas del Mar (UNACO-MAR). • La Unión de Cooperativas de Crédito Agrario y Rural (UNESCAR) • La Confederación Empresarial de Sociedades Anónimas Laborales (CONFESAL). • La Confederación Nacional de Entidades de Previsión Social.
Los grupos empresariales cooperativos.	<ul style="list-style-type: none"> • La Unión de Detallistas Españoles (UNIDE). • Mondragón Corporación Cooperativa (MCC).
Otros.	<ul style="list-style-type: none"> • El Grupo Cooperativo de Asistencia Sanitaria. • La Organización Nacional de Ciegos (ONCE). • Fundosa Grupo, S.A. (FUNDOSA).

Cuadro 6.
Los miembros de la Confederación Empresarial Española de la Economía Social.

Entre las funciones de esta confederación, se pueden distinguir las siguientes:

- a) De representación de los miembros asociados, así como, establecer, mantener y fomentar las relaciones con todo tipo de organismos e instituciones.
- b) De formación e investigación, elaborando recomendaciones y propuestas en materia socioeconómica, referidas a los problemas de las empresas de participación y a la política económica en general.

²⁴ En septiembre de 1996.

- c) De organización, facilitando servicios de interés común o específicos a los miembros.

Por otro lado, a las entidades de la “economía social” en España se le imputan unos objetivos o misiones concernientes a²⁵:

- La eficiencia en la gestión empresarial de los recursos y el desarrollo de los valores de democracia y participación en las empresas.
- La flexibilidad de las relaciones laborales y de las estructuras de capital.
- La integración en unidades competitivas mediante procesos de concentración.
- La capitalización de las sociedades, la rentabilidad de los recursos propios y la reinversión de los excedentes.
- La entrada en nuevos mercados y la generación de empleo.
- La respuesta a las necesidades de la sociedad, y en especial, a las de los trabajadores y consumidores.
- La valoración de los recursos humanos y su formación.
- La articulación de entidades financieras para el apoyo del sector.
- La contribución de las organizaciones de representación para la coordinación de los sectores.

La estructura administrativa de la confederación está compuesta por: una asamblea general, un presidente, un secretario general, una comisión ejecutiva formada por ocho de los quince miembros y una junta directiva formada por un representante de cada uno de los miembros de la confederación.

²⁵ COMITÉ ESPAÑOL PERMANENTE DE LA ECONOMÍA SOCIAL: *Manifiesto-programa...*, *opus cit.*, pp. 9-10.

1.2.4. Las organizaciones representativas de las sociedades cooperativas en el ámbito de las Comunidades Autónomas españolas.

El análisis de las organizaciones representativas de las sociedades cooperativas en el ámbito autonómico, tiene mucha extensión por lo que un estudio detenido excede con mucho las necesidades y las pretensiones de este trabajo.

No obstante, es necesario hacer mención a tres organizaciones representativas debido a su carácter intersectorial y por estar consideradas como el máximo órgano de representación de las sociedades cooperativas en sus respectivas Comunidades Autónomas: la Confederación de Cooperativas Valencianas²⁶, la Confederación de Cooperativas de Cataluña²⁷ y la Confederación de Cooperativas del País Vasco.

²⁶ COMUNIDAD AUTÓNOMA DE VALENCIA: LEY 11/1985..., *opus cit.*, artículo 89.

²⁷ COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CATALUÑA: DECRETO LEGISLATIVO 1/1992..., *opus cit.*, artículo 112.

BIBLIOGRAFÍA CITADA

BIBLIOGRAFÍA CITADA

- AAKER, D.A.; DAY, G.S.: **Consumerism: Search for the Consumer Interest**, Free Press, New York, 1974.
- : *A Guide to Consumerism*, **Journal of Marketing**, V. 34, N. 3, July, 1969, pp. 12-19.
- ACHROL, R.S.; REVE, T.; STERN, L.W.: *The Environment of Marketing Channel Dyads: A Framework for Comparative Analysis*, **Journal of Marketing**, V. 47, Fall, 1983, pp. 55-67.
- AGRICULTURA Y COOPERACIÓN: *La Vall D'Albaida reconvierte su organización cooperativa*, **Agricultura y Cooperación**, N. 107, noviembre, 1992, pp. 43-45.
- : *El Camp del Túria, los Serranos y Cheste someten a sus asambleas la aprobación del consorcio cooperativo*, **Agricultura y Cooperación**, N. 98, enero, 1992.
- AKAO, Y.: **Quality Function Deployment. Integrating Customer Requirements into Product Design**, Productivity Press, Cambridge, 1990.
- ALIANZA COOPERATIVA INTERNACIONAL: **Estatutos y ordenes permanentes**, Alianza Cooperativa Internacional, Alemania, 1988.
- : **La década del desarrollo cooperativo 1971-1980**, Alianza Cooperativa Internacional, Londres, 1982.
- ALONSO RIVAS, J.: *El "nuevo" consumidor español. El impulso de comprar y la estrategia empresarial en distribución comercial*, **Distribución y Consumo**, N. 4, Año 2, junio-julio, 1992, pp. 10-23.
- : **El comportamiento del consumidor. Una aproximación teórica con estudios empíricos**, Instituto Nacional de Consumo, Madrid, 1984.
- : CRUZ ROCHE, I.: *Cambios en la estrategia comercial de la empresa española*, **Papeles de Economía Española**, N. 39/40, 1989, pp. 227-237.
- ÁLVAREZ JIMÉNEZ, C.: **Mutuas, cooperativas y seguros**, Mapfre S.A., Madrid, 1984.
- ÁLVAREZ, M.: *Los paladines del consumidor*, **Actualidad Económica**, N. 1.656, 19 de marzo, 1990, pp. 70-72.
- ÁLVARO, J.M.; MONGE, S.F.; SÁNCHEZ, I.: **La organización como herramienta de gestión en la empresa cooperativa**, Federación de Cooperativas de Trabajo Asociado de Euskadi, 1992.
- ANDERSON, W.T.; CUNNINGHAM, W.H.: *The Socially Conscious Consumer*, **Journal of Marketing**, V. 37, N. 3, July, 1972, pp. 23-31.
- ANSOFF, I.: **Stratégie du Développement de l'Entreprise**, Les Editions d'Organisation, París, 1989.
- : **Corporate Strategy**, McGraw-Hill, New York, 1965.
- ANTONI, A.: *Charles Fourier et les Coopérateurs*, **Revue des Études Coopératives**, N. 170, 1972.
- ARAGONÉS, H.I.: **Cooperativismo, participación y poder**, Centro de Educación Cooperativa, Valencia, 1987.
- ARCHAMBAULT, E.: *¿Está la economía social asociada a las grandes funciones económicas de los poderes públicos?*, **Boletín de Estudios y Documentación (Cooperativismo y Economía Social)**, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, julio-agosto 1987, pp. 4-33.
- ASSAEL, H.: *The Political Role of Trade Associations in Distribute Conflict Resolution*, **Journal of Marketing**, V. 32, April, 1968, pp. 21-28.

- ÁVALOS MUÑOZ, L.M.: *Antecedentes históricos del mutualismo*, CIRIEC-España, N. 12, diciembre, 1991, pp. 39-58.
- AZPIAZU, J.; SEVILLA, M.: *Demanda de servicios comerciales. Análisis de las preferencias de los consumidores*, **Distribución y Consumo**, N. 22, Año 5, junio-julio, 1995, pp. 24-39.
- BAKAIKOA, B.; ERRASTI, A.; MENDIZABAL, A.: *Aproximación a la economía social en Euskal Herria. Presente y retos de futuro*, **Revista Vasca de Economía (Ekonomiaz)**, N. 33, Tercer cuatrimestre, 1995, pp. 154-183.
- BALDERJAHN, I.: *Personality Variables and Environmental Attitudes as Predictor of Ecologically Responsible Consumption Patterns*, **Journal of Business Research**, V. 17, August, 1988, pp. 51-56.
- BALLARÍN, E.; CANALS, J.; FERNÁNDEZ, D.: *Fusiones y adquisiciones. Un enfoque integrador*, Alianza Editorial, Madrid, 1994.
- BALLESTERO PAREJA, E.: *Economía social y empresas cooperativas*, Alianza Universidad, Madrid, 1990.
- : *Teoría económica de las cooperativas*, Alianza Universidad, Madrid, 1983.
- BANDO CASADO, H.C.: *Planteamientos básicos sobre la defensa del consumidor*, Instituto Nacional de Consumo, Madrid, 1986.
- BARBERENA BELZUNCE, I.: *Sociedades cooperativas, anónimas laborales y agrarias de transformación*, Aranzadi, Navarra, 1992.
- BARBERO MANZANAL, M.: *El proceso de integración de empresas. Implicaciones y planteamientos*, **Alta Dirección**, V. 105, N. 18, 1982, pp. 67-76.
- BAREA TEJEIRO, J.: *Concepto y agentes de la economía social*, CIRIEC-España, N. 8, octubre, 1990, pp. 109-117.
- ; MONZÓN CAMPOS, J.L.: *La economía social en España*, en DEFOURNY, J.; MONZÓN CAMPOS, J.L. (Directores): **Economía social. Entre economía capitalista y economía pública**, CIRIEC-España, Valencia, 1992, pp. 131-156.
- ; MONZÓN CAMPOS, J.L. (Directores): **Libro blanco de la economía social en España**, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, Madrid, 1992.
- BAWA, K; LANDWEHR, J.T.; KRISHNA, A.: *Consumer Response to Retailers' Marketing Environments: An Analysis of Coffee Purchase Data*, **Journal of Retailing**, V. 65, Winter, 1989, pp. 471-495.
- BEL DURÁN, P.: *Similitudes y diferencias entre las sociedades cooperativas agrarias y las sociedades agrarias de transformación a la luz de los principios cooperativos tras el Congreso de Manchester*, **Revista de Estudios Cooperativos (REVESCO)**, N. 61, diciembre, 1995, pp. 107-125.
- : *Análisis de los flujos financieros de las sociedades cooperativas agrarias de proveedores en España*, Tesis Doctoral, Departamento de Economía y Administración Financiera de la Empresa de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Complutense de Madrid, 1995, 657 pp.
- BENON, M.: *Les Titres Participatifs*, en VARIOS: *Les Outils de Renforcement des Fonds Propres de Cooperatives*, **Cuadernos de Trabajo**, N. 8, CIRIEC-España, Valencia, 1990, pp. 7-8.
- BERCOVITZ Y RODRIGUEZ CANO, A.: *La nueva Ley 1/1994, sobre Sociedades de Garantía Recíproca*, **Papeles de Economía Española**, N. 47, 1994, pp. 7-34.
- BERGES, A.: *Préstamos participativos*, **Cuadernos IMPI**, Abril, 1984, pp. 24-29.

- BESSE, D.: *Histoire Illustrée de l'Economie Sociale*, FONDES, París, 1987.
- BLACKWELL, R.D.; TALARZYK, W.W.: *Life-Style Retailing: Competitive Strategies for the 1980's*, **Journal of Retailing**, V. 59, Winter, 1983, pp. 7-27.
- BLOCH, P.H.; RIDGWAY, N.M.; SHERRELL, D.L.: *Extending the Concept of Shopping: An Investigation of Browsing Activity*, **Journal of the Academy of Marketing Science**, V. 17, N. 1, 1989, pp. 13-21.
- BLOMQUIST, K.: *Co-operatives and Consumer Research*, **Journal of Consumer Policy**, N. 7, 1984, pp. 323-341.
- ; BÖÖK, S.A.: *Las cooperativas y los derechos de los consumidores. Las perspectivas de las cooperativas de consumidores respecto a los principios cooperativos*, en MONZÓN CAMPOS, J.L.; ZEVI, A. (Direc.): **Cooperativas, mercado, principios cooperativos**, CIRIEC-España, Valencia, 1994, pp. 291-315.
- BLOOM, P.N.; STEPHEN, A.G.: *The Maturing of Consumerism*, **Harvard Business Review**, V. 59, N. 6, November-December, 1981, pp. 130-139.
- BONIFACE, J.: **Coop: Nouvelle Société ou Machine à Vendre?**, Editions Entente, París, 1982.
- BÖÖK, S.A.: *Cooperativas, valores fundamentales y principios cooperativos*, **CIRIEC-España**, N. 9, diciembre, 1990, pp. 15-30.
- BORJABAD, P.: *Instrumentos de financiación de las sociedades cooperativas: posibilidades y características de la actual legislación*, **CIRIEC-España**, N. 13, mayo, 1993, pp. 79-100.
- BOTTOMLEY, T.: **An Introduction to Cooperatives. A Programmed Learning Text**, Intermediate Technology Publications, London, 1987.
- BOURSIER, F.: **L'Economie Sociale: Mythes et Realités**, Chronique Sociales, Lyon, 1984.
- BRADLEY, E.; GELB, A.: **Cooperativas en marcha**, Ariel, Barcelona, 1985.
- BREALEY, R.; MYERS, S.: **Fundamentos de financiación empresarial**, McGraw-Hill Interamericana, Madrid, 1991.
- BRIZ, J.: *Autoservicio mayorista y centrales de distribución*, en CASARES, J. (Comp.); BRIZ, J.; REBOLLO, A.; MUÑOZ, P.: **La economía de la distribución comercial**, Ariel, Barcelona, 1987, pp. 224-227.
- ; MUÑOZ, P.: *Tipología y análisis de los canales comerciales*, en CASARES, J. (Comp.); BRIZ, J.; REBOLLO, A.; MUÑOZ, P.: **La economía de la distribución comercial**, Ariel, Barcelona, 1987, pp. 71-93.
- BROWN, J.; DAY, R.: *Measures of Manifest Conflict in Distribution Channels*, **Journal of Marketing Research**, V. 18, August, 1981, pp. 263-274.
- ; LUSCH, R.; MUEHLING, D.: *Conflict and Power-Dependence Relations in Retailer-Supplier Channels*, **Journal of Retailing**, V. 59, Winter, 1983, pp. 53-80.
- BRUGAROLA MAS, M.: **Doctrina y sistemática cooperativa**, Sal Terrae, Santander, 1962.
- BUCKLIN, L.: *A Theory of Channel Control*, **Journal of Marketing**, V. 37, January, 1973, pp. 39-47.
- BUESA BLANCO, M.: *El consumo en España: un análisis en la perspectiva económica*, en VARIOS: **Curso de Doctorado sobre derecho de los consumidores. Constitución económica y derecho del consumo**, Dirección General de Comercio y Consumo, Consejería de Economía, Comunidad de Madrid, Madrid, 1987, pp. 25-63.

- BUTLER, J.H.: **Service on the Board: the Co-operative Director's Handbook**, Holyoake Books, Manchester, 1987.
- BUZZELL, R.D.: *¿Es rentable la integración vertical?*, **Deusto Business Review**, Vol. 7-9, N. 15, 1983, pp. 79-90.
- CALAIS-AULOY, J.: **Droit de la Consommation**, Dalloz, Paris, 1992.
- CALDENTEY, P.: **Comercialización de productos agrarios**, Editorial Agrícola Española, Madrid, 1992.
- CALDÉS LIZANA, J.: *Las mutualidades de previsión social y las mutuas de seguros*, en VARIOS: **Las empresas públicas sociales y cooperativas en la nueva Europa (XIX Congreso Internacional del CIRIEC)**, CIRIEC-España, Valencia, 1994, pp. 237-242.
- CANCELO ALONSO, A.: *Pasado, presente y futuro del cooperativismo de consumo en España* en VARIOS: **Anuario de Estudios Cooperativos**, Universidad de Deusto, Instituto de Estudios Cooperativos, Bilbao, 1993, pp. 13-27.
- : *Las cooperativas, al Registro*, **Eroski**, N. 152, junio, 1991, p. 14.
- : *La aportación de las cooperativas a la defensa del consumidor en: Las cooperativas como organización de consumidores*, **Documento de Trabajo**, Confederación Española de Cooperativas de Consumidores y Usuarios (HISPACOO), N. 2, enero, 1991, pp. 11-20.
- CARBONELL DE MASY, R.: **La cooperación agraria en el comercio de producto alimenticios**, Ediciones ICE, Madrid, 1975.
- : **Comercialización cooperativa agraria**, Ediciones ICE, Madrid, 1970.
- CASADO, F.; BORJA, L.; MARTÍNEZ, G.: *Nuevos enfoques de aproximación al comportamiento del consumidor, un análisis multi-país desde la óptica de la comunicación y la distribución comercial en Europa*, **VI Encuentros de Profesores Universitarios de Marketing**, ESIC, Madrid, 1994, pp. 39-46.
- CASARES RIPOL, J.: *Distribución comercial nueva en un mundo nuevo. Formas de competencia*, **Distribución y Consumo**, N. 12, Año 3, octubre-noviembre, 1993, pp. 10-17.
- : *El régimen de autoservicio (autoservicio, superservicio y supermercado). Los establecimientos de descuento*, en CASARES, J. (Comp.); BRIZ, J.; REBOLLO, A.; MUÑOZ, P.: **La economía de la distribución comercial**, Ariel, Barcelona, 1987, pp. 201-207.
- ; MUÑOZ GALLEGO, P.; REBOLLO ARÉVALO, A.: *La distribución comercial en España*, **Papeles de Economía Española**, N. 42, 1990, pp. 251-261.
- ; REBOLLO ARÉVALO, A.: *Distribución e inflación. Competencia, precios y márgenes comerciales*, **Distribución y Consumo**, N. 5, Año 2, agosto-septiembre, 1992, pp. 10-21.
- CASSELMAN, P.H.: **The Cooperative Movement and Some of its Problems**, Philosophical Library, New York, 1952.
- CASTELLI, B.J.: **Mutualismo y mutualidades**, Intercoop, Buenos Aires, 1985.
- CENTRO DE ESTUDIOS SOBRE LAS ORGANIZACIONES (COS): *Fusiones y adquisiciones: Aspectos culturales y organizativos*, Centro de Estudios sobre las organizaciones (COS), **Documento de Trabajo**, N. 1, Fundación José María de Anzizu, Barcelona, 1990.
- CENTRO DE INVESTIGACIÓN E INFORMACIÓN SOBRE LA ECONOMÍA PÚBLICA, SOCIAL Y COOPERATIVA: *Empresas excelentes de la economía social: ANECOOP*, **CIRIEC-España**, N. 19, octubre, 1995, pp. 79-100.
- : *Empresas excelentes de la economía social: FAGOR, S.Coop. Ltda*, **CIRIEC-España**, N. 19, octubre, 1995, pp. 117-123.

- : *Empresas excelentes de la economía social: SCIAS*, CIRIEC-España, N. 19, octubre, 1995, pp. 227-232.
 - : *Se constituye el Consorcio Cooperativo de L'Horta Sud para impulsar la competitividad cooperativa*, *Noticias de la Economía Pública, Social y Cooperativa*, N. 6, diciembre, 1992, p. 12.
 - : *8 cooperativas crean el Consorcio de la Vall D'Albaida*, *Noticias de la Economía Pública, Social y Cooperativa*, N. 6, diciembre, 1992, p. 13.
- CHAPMAN, H.E.: **The Contemporary Director: a Hanbook for Elected Officials of Co-operatives, Credit Unions and other Organizations**, College of Canada, Saskatoon, 1987.
- CHOI, D.; PHILIPPATOS, G.C.: *An Examination of Merger Synergism*, *The Journal of Financial Research*, N. 6, Autumn, 1983, pp. 239-256.
- CLARK, C.: **The Conditions of Economic Progress**, MacMillan, London, 1957.
- COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS: *Las instituciones de la Comunidad Europea, La Europa sin fronteras*, Comisión Europea, N. 2, 1994.
- : *Propuesta de Decisión del Consejo, relativa al programa plurianual (1994-1996) de trabajo en favor de las cooperativas, las mutualidades, las asociaciones y las fundaciones en la Comunidad (presentada por la Comisión)*, COM(93) 650 final Bruselas, ISSN 0257-9545, N. de catálogo: CB-CO-93-706-ES-C, ISBN 92-77-62712-3, Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas, L-2985 Luxemburgo, 16 de febrero de 1994.
 - : **La AEIE. El surgimiento de una nueva cooperación europea**, Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas, Luxemburgo, 1993.
 - : *Las empresas de la economía social y la realización del mercado europeo sin fronteras*, Comunicación de la Comisión al Consejo Económico y Social, Bruselas, 18 de diciembre de 1989.
- COMITE DE COORDINATION DES ASSOCIATIONS DE COOPÉRATIVES DE LA CEE: *Proposition de Règlement du Conseil Portant Statut de la Société Coopérative Européenne*, **Document de Travail**, Document Final du 12/10/1990.
- COMITE ECONOMIQUE ET SOCIAL DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENES: **Les Organisations Coopératives, Mutualistes et Associatives dans la Communauté Européenne**, Office des Publications Officielles des Communautés Européennes, Bruxelles, 1986.
- COMITÉ ESPAÑOL PERMANENTE DE LA ECONOMÍA SOCIAL: *Manifiesto-programa de la economía social*, **I Congreso de la Economía Social**, Madrid, 11 de diciembre de 1993.
- COMMISSION DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES: *Instruments Financiers Specifiques pour les Entreprises d'Economie Sociales. Titres Subordonnes et Fonds Europeen*, **Rapport Final**, Office des Publications Officielles des Communautés Européennes, Bruxelles, 1993.
- COMMISSION EUROPÉENNE: *Economie Sociale: un Mecanisme Europeen de Financement*, **Euro-Info**, N. 65, Decembre, 1993, pp. 5-6.
- COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES: **Répertoire des Organisations Professionnelles de la Communauté Européenne**, Ediciones Delta, Bruselas, 1992.
- : **L'Economie Cooperative, Mutualiste et Associative. Contributions a la Construction de l'Europe**, Comité Economique et Social des Communautés Européennes, Bruxelles, 1987.
- COMUNIDADES EUROPEAS: **Organigrama de la Comisión Europea**, Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas, Luxemburgo, 1994.

- CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE COOPERATIVAS DE CONSUMIDORES Y USUARIOS (HISPACOOOP): *Trae tu cesta. Campaña sobre envases y embalajes*, **Boletín Informativo**, N. 38, junio, 1996, p. 1.
- : *El balance de la actividad de HISPACOOOP en favor de las cooperativas de consumidores entre 1990-1995*, **Boletín Informativo**, N. 36, febrero, 1996, p. 3.
- : *Las cooperativas de consumidores en España. Memoria 1989-1993*, HISPACOOOP, Madrid, 1995.
- COOKE, T.: *Mergers and Adquisitions*, Basil Blackwell, London, 1988.
- CÔTE, D.O.: *La eficiencia, la empresa y la estructura de la propiedad*, **CIRIEC-España**, N. 10, mayo, 1991, pp. 17-40.
- CRAIG, J.C.; SAXENA, S.K.: *A Critical Assesment of the Cooperative Principles*, **Working Papers**, V. 3, N. 2, Cooperative College of Canada, Saaskaton, 1984.
- CRUZ ROCHE, P.: *Asociaciones agrarias de comercialización*, Agrícola Española, Madrid, 1977.
- DABORMIDA, R.: *El estatuto de la sociedad cooperativa europea: evolución, actualidad y perspectivas*, **CIRIEC-España**, N. 17, diciembre, 1994, pp. 121-145.
- DALE, B.G.; PLUNKETT, J.J. (Edit.), *Managing Quality*, Philipp Allan, New York, 1990.
- DAVIES, G.J.; BROOKS, J.M.: *Positioning Strategy in Retailing*, Paul Chapman Publishing, London, 1989.
- DEFOURNY, J.: *Entreprise Coopérative, Tradition et Renouveau*, CIRIEC, Liège, 1990.
- DELORS, F.; DEVAILLY, A.; BEAU, P.: *Special Europe, Espace Social Europeen*, N. 228, 17 decembre, 1993, pp. 12-24.
- DESFORGES, J.G.: *Dynamique de la Coopérative: Association et Enterprise*, École des Hautes Études Commerciales, Centre de Gestion des Coopératives, Montreal, 1979.
- DEUTSCH, M.: *The Resolution of Conflict*, Yale University Press, New Haven, 1973.
- DICKSON, J.P.; MacLACHIAN, D.L.: *Social Distance and Shopping Behavior*, **Journal of the Academy of Marketing Science**, V. 18, N. 2, 1990, pp. 153-161.
- DÍEZ DE CASTRO, E.C.; FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ, J.C.: *Distribución comercial*, McGraw-Hill Interamericana, Madrid, 1993.
- DIRECCIÓN GENERAL DE COOPERATIVAS Y SOCIEDADES LABORALES DEL MINISTERIO DE TRABAJO Y SEGURIDAD SOCIAL: *Organizaciones cooperativas en la Comunidad Económica Europea (II)*, **Boletín de Estudios y Documentación (Cooperativismo y Economía Social)**, Servicio de Publicaciones del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, febrero-marzo, 1985, pp. 1-9.
- : *Organizaciones cooperativas en la Comunidad Económica Europea (I)*, **Boletín de Estudios y Documentación (Cooperativismo y Economía Social)**, Servicio de Publicaciones del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, enero, 1985, pp. 1-16.
- DIVAR GARTEIZ-AURRECOA, J.: *Las agrupaciones europeas de interés económico y las cooperativas*, **CIRIEC-España**, N. 7, junio-septiembre, 1989, pp. 113-120.
- : *Régimen jurídico de las sociedades cooperativas*, Universidad de Deusto, Bilbao, 1987.
- DOMINGO SANZ, J.: *Las empresas cooperativas en España. Algunos desarrollos teóricos*, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Córdoba, Córdoba, 1986.

- DOMÍNGUEZ MACHUCA, J.A.. (Coord y Direct.); ÁLVAREZ GIL, M.J.; GARCÍA GONZÁLEZ, S.; DOMÍNGUEZ MACHUCA, M.A.; RUIZ JIMÉNEZ, A.: **Dirección de operaciones. Aspectos estratégicos en la producción y los servicios**, McGraw-Hill Interamericana, Madrid, 1995.
- ; GARCÍA GONZÁLEZ, S.; DOMÍNGUEZ MACHUCA, M.A.; RUIZ JIMÉNEZ, A.; ÁLVAREZ GIL, M.J.: **Dirección de operaciones. Aspectos tácticos y operativos en la producción y los servicios**, McGraw-Hill Interamericana, Madrid, 1994.
- DONNELLY, J.H.; GERLOFF, E.Á.: **Organizational Theory and Design: a Strategic Approach for Management**, McGraw-Hill, New York, 1985.
- ; GIBSON, J.L.; IVANCEVICH, J.M.: **Dirección y administración de empresas**, Addison-Wesley Iberoamericana, Wilmington, 1994.
- DURÁN HERRERA, J.J.: **La diversificación como estrategia empresarial. El conglomerado multinacional**, Pirámide, Madrid, 1977.
- EARL, P.; FISHER, F.: **International Mergers and Adquisitions**, Euromoney, London, 1986.
- EHLERMANN, C.D.: *La política de competencia de las Comunidades Europeas y las empresas públicas y de economía social*, CIRIEC-España, N. 13, mayo, 1993, pp. 9-27.
- EL-ANSARY, A.; STERN, L.: *Power Measurement in the Distribution Channel*, **Journal of Marketing Research**, V. 9, February, 1972, pp. 47-52.
- ENGEL, J.F.; BLACKWELL, R.D.; MINIARD, P.W.: **Consumer Behavior**, The Dryden Press, Orlando, 1990.
- EROSKI, S.COOP.: **Informe anual 1993**, Vizcaya, 1994.
- : **Informe anual 1992**, Vizcaya, 1993.
- : **Informe anual 1991**, Vizcaya, 1992.
- ESTEBAN TALAYA, A.; PÉREZ GOROSTEGUI, E.: **Prácticas de marketing**, Ariel, Barcelona, 1991.
- ETGAR, H.: *Channel Environment and Channel Leadership*, **Journal of Marketing Research**, V. 14, February, 1977, pp. 69-76.
- FABRETTI, G.: *La economía social en Europa*, CIRIEC-España, N. 2, octubre-diciembre, 1987, pp. 7-14.
- FAJARDO GARCÍA, G.: *La armonización de la legislación cooperativa en los países de la Comunidad Económica Europea*, CIRIEC-España, N. 17, diciembre, 1994, pp. 39-119.
- FAURA VENTOSA, I.: *Potenciar a los socios consumidores de nuestras cooperativas*, en VARIOS: **Los socios consumidores en las cooperativas de consumo, Documento de Trabajo**, Confederación Española de Cooperativas de Consumidores y Usuarios (HISPACOO), N. 8, 1995, pp. 25-29.
- FEDERACIÓN DE COOPERATIVAS AGRARIAS DE LA COMUNIDAD VALENCIANA: *Coarval abrirá 50 tiendas en Valencia y Alicante*, **Agricultura y Cooperación**, N. 120, enero, 1994, pp. 31-34.
- : *Las "tiendas Coarval" una iniciativa que nos acerca a Europa*, **Agricultura y Cooperación**, N. 116, septiembre, 1993, pp. 5-8.
- : *Coarval controlará las compras de las asociadas*, **Agricultura y Cooperación**, N. 59, junio, 1988, pp. 30-31.

- FELDBUSCH, J.P.: *Le Problème de l'Autofinancement et de l'Accès au Marché des Capitaux*, **Boletín de Estudios y Documentación (Cooperativismo y Economía Social)**, Dirección General de Cooperativas y Sociedades Laborales, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, 4º trimestre, 1990, pp. 111-131.
- FERNÁNDEZ COSTES, N.: *Instrumentos e instancias de protección de los consumidores y usuarios*, en VARIOS: **Curso de Doctorado sobre derecho de los consumidores. Constitución económica y derecho del consumo**, Dirección General de Comercio y Consumo, Consejería de Economía, Comunidad de Madrid, Madrid, 1987, pp. 191-217.
- FERNIE, J.: **Retail Distribution Management. A Strategic Guide to Developments and Trends**, Kogan Page, London, 1990.
- FOIN, M.: *Les Titres Subordonnés Remboursables*, en VARIOS: *Les Outils de Renforcement des Fonds Propres de Coopératives*, **Cuadernos de Trabajo**, N. 8, CIRIEC-España, Valencia, 1990, pp. 10.
- FORUBOTN, E.G.: *La economía organizacional y el análisis de la cogestión*, **CIRIEC-España**, N. 10, mayo, 1991, pp. 41-56.
- FRAZIER, G.L.: *Interorganizational Exchange Behavior in Marketing Channels: A Broadened Perspective*, **Journal of Marketing**, V. 47, Fall, 1983, pp. 68-78.
- ; RODY, R.C.: *The Use of Influence Strategies in Interfirm Relationships in Industrial Product Channels*, **Journal of Marketing**, V. 55, January, 1991, pp. 52-69.
- ; SUMMERS, J.O.: *Interfirm Influence Strategies and Their Application within Distribution Channels*, **Journal of Marketing**, V. 48, Summer, 1984, pp. 43-55.
- GARCÍA CALLEJO, J.M.; GONZÁLEZ PINO, L.: **Las Agrupaciones de Interés Económico (Española y Europea)**, Ediciones Analíticas Europeas, Madrid, 1991.
- GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ, C.: *Las sociedades cooperativas de derecho y las de hecho con arreglo a los valores y a los principios del Congreso de la Alianza Cooperativa Internacional de Manchester en 1995: Especial referencia a las sociedades de responsabilidad limitada reguladas en España*, **Revista de Estudios Cooperativos (REVESCO)**, N. 61, diciembre, 1995, pp. 53-87.
- : *Las personas jurídicas como socios de las sociedades cooperativas de primer grado o cooperativas propiamente dichas en España: necesidad de una revisión legal*, **Revista de Estudios Cooperativos (REVESCO)**, N. 60, diciembre, 1994, pp. 61-75.
- : *La concentración económico-empresarial (los conglomerados) de sociedades cooperativas*, en VARIOS: **Las empresas públicas sociales y cooperativas en la nueva Europa (XIX Congreso Internacional del CIRIEC)**, CIRIEC-España, Valencia, 1994, pp. 419-442.
- : *Método de valoración económico-financiera de la sociedad cooperativa: una propuesta* en VARIOS: **VIII Congreso Nacional y IV Congreso Hispano- Francés de la Asociación Europea de Administración y Dirección de Empresas (La reconstrucción de la empresa en el nuevo orden económico)**, Cáceres 7-10 junio de 1994, Editor: R.M. HERNÁNDEZ MOGOLLÓN, Cáceres, 1994, V. III, pp. 237-256.
- : *El coste de capital de la sociedad cooperativa*, **CIRIEC-España**, N. 14, septiembre, 1993, pp. 171-196.
- : *Análisis de la rentabilidad financiera y económica de los socios de las empresas revestidas como cooperativas: la influencia de una rentabilidad en la otra y la aplicación del criterio (principio) de justicia -que no de solidaridad- en la distribución de la ganancia real*, **Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa**, V. 1, N. 2., 1992, pp. 115-124.
- : *Precisiones acerca de algunos tópicos confusos sobre la sociedad cooperativa*, en VARIOS: **Tempori Serviendum Homenaje al Prof. Dr. Jaime GIL ALUJA**, Milladoiro, Santiago de Compostela, 1992, pp. 155-168.
- : *La economía social o la economía de las empresas de participación (las sociedades cooperativas y laborales)*, en VARIOS: **En memoria de María Angeles GIL LUEZAS**, Alfa Centauro, Madrid, 1991, pp. 195-216.

- : *La concentración económico-empresarial de las cooperativas*, **Proyecto de Investigación**, presentado para el Concurso a Cátedra de Universidad de la Universidad Complutense de Madrid, Madrid, 1989.
 - : *El problema de la doble condición de los socios-trabajadores (socios-proveedores y socios-consumidores) ante la gerencia de la empresa cooperativa*, **Revista de Estudios Cooperativos (REVESCO)**, Ns. 56 y 57, 1988-1989, pp. 83-121.
 - : *Estudio del régimen económico y de la contabilidad de la empresa cooperativa en relación con la LEY 3/1987, de 2 de abril, General de Cooperativas*, **Revista de Estudios Cooperativos (REVESCO)**, Ns. 54 y 55, octubre, 1988, pp. 169-224.
 - ; GÓMEZ APARICIO, A.P.; PALOMO ZURDO, R.J.: *Estudio de la normativa reciente de las sociedades cooperativas de crédito españolas*, **Actualidad Financiera**, N. 25, semana del 21 al 27 de junio de 1993, pp. f-179 a f-212, pp. f-191 a f-192.
- GARRY, L.: *Consumerism Began with Cyrus of Persia*, **Business and Society Review**, Winter, 1972-1973, pp. 62-64.
- GASKI, J.; NEVIN, J.: *The Differential Effects of Exercised and Unexercised Power Sources in a Marketing Channel*, **Journal of Marketing Research**, V. 22, May, 1985, pp. 130-142.
- GERLACH, M.L.: **Alliance Capitalism. The Social Organization of Japanese Business**, University of California press, Berkeley, 1992.
- GIBSON, J.L.; IVANCEVICH, J.M.; DONNELLY, J.H.: **Las organizaciones**, Addison-Wesley Iberoamericana, Wilmington, 1994.
- GIL FEIXA, S.: *El sector de la distribución: vínculos de integración vertical*, **Revista de Dirección, Organización y Administración de Empresas**, N. 10, abril-junio, 1994, pp. 11-16.
- GÓMEZ APARICIO, A.P.: **Análisis de los aspectos financieros de la sociedad cooperativa de viviendas en España. (Especial referencia al marco financiero que las condiciona: el mercado hipotecario y la financiación privilegiada en materia de viviendas. Un estudio de administración de empresas)**, Consejería de Economía de la Comunidad de Madrid, Madrid, 1993, 290 pp.
- GÓMEZ JIMÉNEZ, G.M.: *Las sociedades de garantía recíproca. Un instrumento de apoyo a las PYMES españolas*, **Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa**, V. 4, N. 2, 1995, pp. 65-73.
- GÓMEZ, J.: *Sobre la mercantilidad de las cooperativas*, **Revista de Derecho Mercantil**, N. 137, 1975, pp. 301-346.
- GREGOIRE, P.: *L'Épargne de Proximité, Moyen de Financement de l'Économie Sociale?*, **Reflets et Perspectives de la Vie Économique**, T. 32, N. 5, Novembre, 1993, pp. 343-355.
- GRUPO EROSKI: **Memoria del Grupo Eroski 1993**, Vizcaya, 1994.
- : **Informe del Grupo Eroski 1992**, Vizcaya, 1993.
 - : **Informe del Grupo Eroski 1991**, Vizcaya, 1992.
- GRUPO MADRILEÑO DE ABASTECIMIENTO (GRUMA) S.COOP.: **Informe anual 1992**, Madrid, 1993.
- GUTENBERG, E.: **Economía de la empresa. Teoría y práctica de la gestión empresarial**, Deusto, Bilbao, 1976.
- GUTMAN, J.; MILLS, M.K.: *Fashion Life Style, Self Concept, Shopping Orientation and Store Patronage: An Integrative Analysis*, **Journal of Retailing**, V. 58, Summer, 1982, pp. 64-86.

- HALL, R.: **Organizations: Structures, Processes and Outcomes**, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, New Jersey, 1991.
- HANDY, C.B.: **Understanding Organizations**, Penguin, London, 1985.
- HARVEY, B.W.; PANY, D.L.: **The Law of Consumer Protection and Fair Trading**, Butterworths, London, 1987.
- HELM, F.C.: **The Economics of Co-operative Enterprise**, University of London, London, 1968.
- HERRANZ GUILLÉN, J.L.: *Reflexiones para una teoría de la cooperación: el cooperativismo como caso especial de cooperación organizada*, **Revista de Estudios Cooperativos (REVESCO)**, N. 60, diciembre, 1994, pp. 35-53.
- : *Los principios cooperativos: ayer y hoy*, Ponencia presentada al Coloquio Internacional **Los principios cooperativos en la Europa actual**, Alianza Cooperativa Internacional-Centro Internacional para la Investigación en la Economía Pública, Social y Cooperativa, Sevilla, 2 y 3 de mayo, 1994.
- HERRMAN, R.O.: *Consumerism: Its Goals, Organizations and Future*, **Journal of Marketing**, V. 35, N. 4, October, 1970, pp. 55-60.
- HESSELBACH, W.: **Las empresas de la economía de interés general**, Siglo XXI, México, 1978.
- HOCHER, M.: *Les Certificats Cooperatifs d'Investissement*, en VARIOS: *Les Outils de Renforcement des Fonds Propres de Coopératives*, **Cuadernos de Trabajo**, N. 8, CIRIEC-España, Valencia, 1990, p. 9.
- HOLYOAKE, G.J.: **Historia de les Equitable Pioneers de Rochdale**, Fundació Roca i Galés, Barcelona, 1983. Versión en castellano: **Historia de los pioneros de Rochdale**, Centro Nacional de Educación Cooperativa, Zaragoza, 1975.
- HUNT, S.; NEVIN, J.: *Power in a Channel of Distribution: Sources and Consequences*, **Journal of Marketing Research**, V. 11, May, 1974, pp. 186-193.
- INFORMATIONS SOCIALES, *La Nouvelle Ascension de l'Economie Sociale*, **Informations Sociales**, 1984, N. 1, pp. 2-75.
- INSTITUTO DE REFORMA DE LAS ESTRUCTURAS COMERCIALES: **Valdemécun (sic) de la distribución comercial**, Instituto de Reforma de las Estructuras Comerciales, Ministerio de Economía y Comercio, Madrid, 1982.
- INSTITUTO NACIONAL DE CONSUMO: **Sistema arbitral de consumo**, Instituto Nacional de consumo, Ministerio de Sanidad y Consumo, Madrid, 1993.
- INTERNATIONAL COOPERATIVE ALLIANCE: **The International Co-operative Alliance Statement on the Co-operative Identity**, XXXI Congress International Cooperative Alliance, Manchester, September, 1995.
- : **ICA News**, International Cooperative Alliance, Ns. 1-6, Geneva, 1992-1993.
- : **Report of the Commission on Co-operative Principles**, International Cooperative Alliance, London, 1966.
- ITURRIOZ DEL CAMPO, J.R.: **Análisis de los flujos financieros de las sociedades cooperativas del sector de la salud: un enfoque de integración**, Tesis Doctoral, Departamento de Economía y Administración Financiera de la Empresa de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Complutense de Madrid, 1996, 464 pp.
- IVÁÑEZ GIMENO, J.M.: *El IMPI y las sociedades de garantía recíproca*, **Papeles de Economía Española**, N. 47, 1994, pp. 51-80.

- JUAN PEÑALOSA, J.L.: **Régimen Fiscal de las Agrupaciones de Interés Económico y de las Uniones Temporales de Empresas**, Agrupación Nacional de Constructores de Obras, Madrid, 1991.
- JURAN, J.M.; GRYNAL, F.M.: **Quality Planing and Analysis**, McGraw-Hill, New York, 1980.
- KAIERO, A.: *La participación de los trabajadores en la empresa. Relaciones laborales y contexto social en Europa y en España*, **Estudios de Deusto**, V. XXXVI, Bilbao, julio-septiembre, 1988.
- KAST, F.E.; ROSENZWEIG, J.E.: **Administración en las organizaciones**, McGraw Hill, Mexico, 1987.
- KOONTZ, H.; WEIHRICH, H.: **Administración. Una perspectiva global**, McGraw-Hill, Mexico, 1994.
- KOTLER, P.: **Marketing Management**, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, New Jersey, 1984.
 —: **Dirección de mercadotecnia. Análisis, planeación (sic) y control**, Diana, México, 1974.
 —: *What Consumerism Means for Marketers*, **Harvard Business Review**, V. 50, N. 3, 1972, pp. 48-57.
- LAIDLAW, A.F.: **Cooperatives in the Year 2000**, International Cooperative Alliance/CEMAS, Geneva, 1987.
- LAMBERT, P.: **La doctrina cooperativa**, Intercoop, Buenos Aires, 1975.
 —: **Los principios cooperativos y la Alianza Cooperativa Internacional**, Centro Nacional de Educación Cooperativa, Zaragoza, 1975.
- LAMBIN, J.J.: **Marketing estratégico**, McGraw-Hill Interamericana, Madrid, 1995.
- LEJARRIAGA PÉREZ DE LAS VACAS, G.R.: *La sociedad cooperativa desde la perspectiva de la Alianza Cooperativa Internacional (ACI) y las sociedades anónimas laborales frente al concepto jurídico de cooperativa*, **Revista de Estudios Cooperativos (REVESCO)**, N. 61, diciembre, 1995, pp. 89-106.
 —: **La sociedad anónima laboral como forma de empresario: aspectos financieros (Incidencia de las innovaciones introducidas por la Ley 19/1989 de Reforma de la Legislación Mercantil en materia de sociedades)**, ASALMA, Madrid, 1992.
- LEÓN ARCE, A. de; MORENO-LUQUE CASARIEGO, C.; AZA CONEJO, M.J.; **Derecho de consumo**, Editorial Forum, Oviedo, 1995.
- LEONARDELLI, C.: **Cooperazione. Origini, Principi, Organizzazione, Ordinamento e Funzionamento delle Società Cooperative**, Federazione Consorzi Cooperativi, Trento, 1979.
- LEWELLEN, W.G.; FERRI, M.G.: *Strategies for the Merger Game: Management and Market*, **Financial Management**, V. 12, Winter, 1983, pp. 25-35.
- LIGHT, D.H.: *A Guide for New Distribution Channel Strategies for Services Firm*, **The Journal of Business Strategy**, Summer, 1986, pp. 56-64.
- LOUDON, D.L.; DELLA BITTA, A.J.: **El comportamiento del consumidor. Conceptos y aplicaciones**, McGraw-Hill Interamericana, México, 1995.
- LOWY, A.; SOUTO, J.A.: **Los consumidores en movimiento. Experiencias internacionales**, Comunidad de Madrid, Dirección General de Comercio y Consumo, Madrid, 1987.
- MARCH, J.G.: **Decisions and Organizations**, Basil Backwell, New York, 1988.
- MARRIS, R.: **The Economic Theory of "Managerial Capitalism"**, Macmillan, London, 1967.

- MARTÍN ARMARIO, E.: **Marketing**, Ariel, Barcelona, 1993.
- MARTÍN DÁVILA, M.: **Métodos analíticos en marketing**, Index, Madrid, 1988.
- MARTÍNEZ CHARTERINA, A.: *Los valores y los principios cooperativos*, **Revista de Estudios Cooperativos (REVESCO)**, N. 61, diciembre, 1995, pp. 35-45.
- : *El Consejo Superior de Cooperativas de Euskadi en el marco del movimiento cooperativo internacional*, en VARIOS: **Anuario de Estudios Cooperativos**, Universidad de Deusto, Bilbao, 1994, pp. 131-146.
- : **Análisis de la integración cooperativa**, Universidad de Deusto, Bilbao, 1990.
- MARTÍNEZ TERCERO, M.: **Canales y redes de distribución comercial**, Paraninfo, Madrid, 1976.
- MASCAREÑAS PÉREZ-IÑIGO, J. (Coord. y Direct.): **Manual de fusiones y adquisiciones empresariales**, McGraw-Hill, Madrid, 1993.
- MAUGET, R.: *Sur Quelques Aspects du Financement de l'Economie Sociale: les Moyens de Financement des Groupes Coopératifs Agro-alimentaires et leurs Conséquences*, **Boletín de Estudios y Documentación, Cooperativismo y Economía Social**, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, Secretaría General de Empleo y Relaciones Laborales, Dirección General de Cooperativas y Sociedades Laborales, tercer y cuarto Trimestre 1991, pp. 63-83.
- MASSAGUER FUENTES, J.: **La agrupación europea de interés económico (AEIE)**, IMPIVA, Valencia, 1989.
- McCAMMON, B.C.: *Perspectives for Distribution Programming*, en BUCKLIN, L.P. (Edit.): **Vertical Marketing Systems**, Scott Foreman, Glenview, Illinois, 1970, pp. 32-51.
- MENGUZZATO, M.; RENAU, J.J.: **La dirección estratégica de la empresa. Un enfoque innovador del management (sic)**, Ariel, Barcelona, 1992.
- MEVELLEC, P.: *Nouveaux Outils Financiers ou Nouvelles Organizations?*, en VARIOS: *Les Outils de Renforcement des Fonds Propres de Coopératives*, **Cuadernos de Trabajo**, N. 8, CIRIEC-España, Valencia, 1990, pp. 36-39.
- MILGROM, P.; ROBERTS, J.: **Economía, organización y gestión de la empresa**, Ariel, Barcelona, 1992.
- MINTZBERG, H.: **El poder en la organización**, Ariel, Barcelona, 1992.
- : **La estructuración de las organizaciones**, Ariel, Barcelona, 1991.
- : **Structure in Fives: Designing Effective Organizations**, Prentice Hall, Englewood Cliffs, New Jersey, 1983.
- MIQUEL PERIS, S.; PARRA GUERRERO, F.; L'HERMIE, L.; MIQUEL ROMERO, M.J.: **Distribución comercial**, ESIC, Madrid, 1996.
- MITCHELL, A.: **The Nine American Lifestyles: Who We Are and Where We're Going**, Warner Books, New York, 1983.
- MONTOLÍO HERNÁNDEZ, J.M.: **Legislación cooperativa en la Comunidad Europea**, Instituto Nacional de Fomento de la Economía Social (INFES), Madrid, 1993.
- MONZÓN CAMPOS, J.L.: *Principios cooperativos y realidad cooperativa en España*, en MONZÓN CAMPOS, J.L.; ZEVI, A. (Directores): **Cooperativas, mercado, principios cooperativos**, CIRIEC-España, Valencia, 1994, pp. 109-126.

- : *La economía social: tercer sector en un nuevo escenario*, en DEFOURNY, J.; MONZÓN CAMPOS, J.L. (Directores): **Economía social. Entre economía capitalista y economía pública**, CIRIEC-España, Valencia, 1992, pp. 11-16.
- : *L'Economie Sociale et Cooperative en Espagne*, **Les Annales de l'Economie Sociale, Publique et Cooperative**, 1988, pp. 23-29.
- MORALES GUTIÉRREZ, A.C.: *La economía social en Andalucía*, **CIRIEC-España**, N. 2, octubre-diciembre, 1987, pp. 105-142.
- MORENO RUIZ, R.: *Las empresas de participación que realizan la actividad aseguradora: posibilidades actuales y tratamiento en el proyecto de ley de supervisión de los seguros privados*, **Cuaderno de Trabajo**, CIRIEC-España, N. 25, Valencia, 1995.
- MORIN, M.: *Les Parts Sociales B*, en VARIOS: *Les Outils de Renforcement des Fonds Propres de Coopératives*, **Cuadernos de Trabajo**, N. 8, CIRIEC-España, Valencia, 1990, p. 11.
- MOSCHIS, G.P.: *Shopping Orientations and Consumers Uses of Information*, **Journal of Retailing**, V. 53, Summer, 1976, pp. 61-70.
- MUELLER, D.C.: **The Determinants and Effects of Mergers. An International Comparaison**, Oelgeschlager, Gumm & Hain, 1980.
- MÚGICA GRIJALBA, J.M.: *Procesos de integración vertical y de estabilización de las relaciones en los canales de comercialización*, **Distribución y Consumo**, N. 30, Año 6, octubre-noviembre, 1996, pp. 31-41.
- : *El futuro de la distribución minorista. Tendencias en formas comerciales y estrategias empresariales*, **Distribución y Consumo**, N. 22, Año 5, junio-julio, 1995, pp. 8-19.
- : *Las distintas formas de vinculación en los canales de comercialización como instrumentos de coordinación y control del proceso de distribución*, **Estudios sobre el Consumo**, N. 9, diciembre, 1986, pp. 15-21.
- MÜNKNER, H.H.: *Los principios cooperativos y el progreso social*, **CIRIEC-España**, N. 9, diciembre, 1990, pp. 149-164.
- : *Aspects Juridiques de l'Economie Sociale en Europe*, **Revue des Études Cooperatives, Mutualistes et Associatives**, N. 27, Troisième Trimestre, 1988, Fondation du Credit Cooperatif, Nanterre (France).
- MUÑOZ, P.: *Análisis económico del canal: teoría de las transacciones*, en CASARES, J. (Comp.); BRIZ, J.; REBOLLO, A.; MUÑOZ, P.: **La economía de la distribución comercial**, Ariel, Barcelona, 1987, pp. 165-178.
- NAZZARO, C.; PATERNOSTER, G.: **Le Società Cooperative**, Pirola, Milano, 1990.
- NEURRISSE, A.: **L'Economie Sociale**, Presses Universitaires de France, París, 1983.
- NIETO SOLÍS, J.A.: **Introducción a la economía de la Comunidad Europea**, Siglo Veintiuno de España Editores, Madrid, 1991.
- NOOTEBOOM, B.; KLEIJWEG, A.; THURIK, R.: *Normal Costs and Demand Effects in Price Setting: A Study of Retailing*, **European Economic Review**, V. 32, N. 4, 1988, pp. 999-1011.
- ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO: **Dirección y administración de cooperativas**, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, Madrid, 1991.
- ORTEGA MARTÍNEZ, E.: **La dirección de marketing**, Ediciones Esic, Madrid, 1981.
- PALOL i AGUSTI, J. de: *Modalidades y características de la previsión social*, **CIRIEC-España**, N. 12, diciembre, 1991, pp. 59-80.

- PALOMO ZURDO, R.J.: **La banca cooperativa en Europa**, Unión Nacional de Cooperativas de Crédito y Asociación Española de Cooperativas de Crédito, Madrid, 1995.
- PANIAGUA ZURERA, M.: **Movimiento consumerista y movimiento cooperativo**, Instituto Nacional de Consumo, Madrid, 1992.
- PARK, C.W.; IYER, E.S.; SMITH, D.C.: *The Effects of Situational Factors on in Store Grocery Shopping Behavior: The Role of Store Environment and Time Available for Shopping*, **Journal of Consumer Research**, V. 15, March, 1989, pp. 422-433.
- PASMORE, W.A.: **Designing Effective Organizations**, John Wiley and Sons, New York, 1988.
- PATON, R.: **Some Problems of a Cooperative Organisation**, Co-operatives Research Unit, Open University, Milton Keynes, 1978.
- PAU PEDRÓN, A. (Coord): **Comentarios a la Ley de Agrupaciones de Interés Económico**, Tecnos, Madrid, 1992.
 —: *El reglamento comunitario sobre agrupaciones europeas de interés económico y su desarrollo por los Estados miembros*, **Gaceta Jurídica de la CEE**, Boletín N. 35, 1988, pp. 2-7.
- PELLEGRINI, L.: *Consumers' Behaviour and Producer-Distributor Relationship in Convenience Goods Markets*, en: PELLEGRINI, L.; REDDY, S.K.: **Retail and Marketing Channels. Economic and Marketing Perspectives on Produce-Distributor Relationships**, Routledge, London, 1989, pp. 3-23.
- PÉREZ GOROSTEGUI, E.: **Economía de la empresa (Introducción)**, CEURA, Madrid, 1994.
 —: *Sobre la escisión de empresas*, **Actualidad Financiera**, N. 13, semana del 27 de marzo al 2 de abril de 1989, pp. 956-960.
- PINHO, D.B.: **Evolución del pensamiento cooperativista**, INTERCOOP, Buenos Aires, 1987.
- PIOT, B.: *Estatutos europeos de la sociedad cooperativa europea (S.C.E.), de la asociación y de la mutualidad*, **CIRIEC-España**, N. 17, diciembre, 1994, pp. 13-38.
 —: *Les Certificats Coopératifs d'Investissements*, **Boletín de Estudios y Documentación (Cooperativismo y Economía Social)**, Dirección General de Cooperativas y Sociedades Laborales, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, marzo-abril, 1988, pp. 12-21.
- PUELLES, J.A.; SERRA, T.: *Las marcas de distribución en el mercado de alimentación*, **Distribución y Consumo**, N. 14, Año 4, febrero-marzo, 1994, pp. 97-105.
- QUESADA, A.: *Cofares potencia la marca Aposán en la venta de farmacia*, **El País Negocios**, domingo 5 de junio, 1994, p. 35.
 —: *Recetas perfumadas*, **El País Negocios**, domingo 30 de mayo, 1993, pp. 10-11.
- QUINTELA GONSALVES, T.: *Situación del movimiento consumerista en Europa en los próximos cinco años*, en: Las cooperativas como organización de consumidores, **Documento de Trabajo**, Confederación Española de Cooperativas de Consumidores y Usuarios (HISPA COOP), N. 2, enero, 1991, pp. 3-10.
- RAUCH, A.; CEDRÓN DÍAZ, R.: *Análisis de la política de la Comunidad Europea respecto a las empresas de economía social*, **Economía y Sociología del Trabajo**, N. 12, junio, 1991, pp. 47-50.
- REBOLLO ARÉVALO, A.: *El consumo, la producción y su influencia en la distribución comercial*, en CASARES, J. (Comp.); BRIZ, J.; REBOLLO, A.; MUÑOZ, P.: **La economía de la distribución comercial**, Ariel, Barcelona, 1987, pp. 26-43.

- : *Grandes almacenes y almacenes populares*, en CASARES, J. (Comp.); BRIZ, J.; REBOLLO, A.; MUÑOZ, P.: **La economía de la distribución comercial**, Ariel, Barcelona, 1987, pp. 216-223.
- : **La estructura del consumo en España**, Instituto Nacional de Consumo, Madrid, 1983.
- REYERO, L.: *Comercio mayorista y formación de precios*, **Distribución y Consumo**, N. 5, Año 2, agosto-septiembre, 1992, pp. 26-31.
- REYES LÓPEZ, M.J.: **Derecho de consumo**, Greul de Derecho, Valencia, 1993.
- RIERA GUARDIA, J.L.; CONTELL GARCÍA, J.E.; GIRONÉS ANSUATEGUI, P.; MONTESA ANDRES, E.; ROS MUÑOZ, S.: **Gestión empresarial. El caso de dieciocho cooperativas**, Instituto de Promoción y Fomento del Cooperativismo, Generalidad de Valencia, 1992.
- RIVERO TORRE, P.: **Análisis de balances y estados complementarios**, Pirámide, Madrid, 1988.
- ROBBINS, S.P.: **Administración: teoría y práctica**, Prentice-Hall, México D.F., 1987.
- ROMÁN GONZÁLEZ, M.V.: **Los plazos de pago en las relaciones entre la industria alimentaria y la distribución: repercusiones en el ámbito del marketing (sic)**, Tesis Doctoral, Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Complutense de Madrid, Madrid, 1994.
- SAILLANT, J.E.: **Theorie Pure de le Cooperative**, Cooperative d'Information et Edition Mutualiste, París, 1983.
- SALEN, H.: **Los secretos del merchandising activo**, Díaz de Santos, Madrid, 1994.
- SÁNCHEZ GUZMÁN, J.R.: **Marketing. Conceptos básicos y consideraciones fundamentales**, McGraw-Hill Interamericana, Madrid, 1995.
- SANTESMASES MESTRE, M.: **Marketing. Conceptos y estrategias**, Pirámide, Madrid, 1991.
- SANZ JARQUE, J.J.: **Cooperación. Teoría y práctica de las sociedades cooperativas**, Universidad Politécnica de Valencia, 1974.
- SCHLÜTER, R.: *Le Comité de Coordination des Associations de Cooperatives de la CEE (II)*, **Cuaderno de Trabajo**, N. 15, CIRIEC-España, Valencia, 1992.
- : *L'Economie Sociale et les Organisations Cooperatives dans la CEE (I)*, **Cuaderno de Trabajo**, N. 11, CIRIEC-España, Valencia, 1992.
- SEGAL-HORN, S.; MCGEE, J.: *Strategies to Cope with Retailer Buying Power*, en PELLEGRINI, L.; REDDY, S.K. (Edit.): **Retail and Marketing Channels**, Routledge, London, 1989, pp. 24-48.
- SEGUEIRA, A.: *Los derechos del consumidor en la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios de 19 de julio de 1984*, en VARIOS: **Curso de Doctorado sobre derecho de los consumidores. Constitución económica y derecho del consumo**, Dirección General de Comercio y Consumo, Consejería de Economía, Comunidad de Madrid, Madrid, 1987, pp. 75-97.
- SERRA MALLOL, A.J.: **Las agrupaciones de interés económico: una nueva forma social**, Tecnos, Madrid, 1992.
- SERRA RAMONEDA, A.: **La empresa. Análisis económico**, Labor Universitaria y Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona, Barcelona, 1993.
- SESTO PEDREIRA, M.: *Evolución y desarrollo de las sociedades de garantía recíproca*, **Papeles de Economía Española**, N. 47, 1994, pp. 35-50.

- SICOT, D.: *Economie Sociale: les Habits Neufs d'une Idee Centenaire*, (Dossier), *Science et Vie Economique*, N. 37, Mars 1988, pp. 49-60.
- SIMON, H.A.; SMITHBURG, D.W.; THOMPSON, V.A.: *Public Administration*, New York, 1950; citado en MARCH, J.G.; SIMON, H.A.: *Teoría de la organización*, Ariel, Barcelona, 1994, pp. 91-122.
- SOCIEDAD COOPERATIVA DE INSTALACIONES ASISTENCIALES (SCIAS) S.COOP.: *Memoria 1991*, SCIAS, Barcelona, 1992.
- STALWORTHY, E.A.; KHARBANDA, O.P.: *Takeovers, Acquisitions and Mergers*, Kogan Page, London, 1988.
- STANTON, W.J.; ETZEL, M.J.; WALTER, B.J.: *Fundamentos de marketing*, McGraw-Hill Interamericana, México, 1992.
- STERN, L.W.; EL-ANSARY, A.I.; BROWN, J.R.: *Management in Marketing Channels*, Prentice-Hall International, New Jersey, 1989.
- ; REVE, T.: *Distribution Channels as Political Economies: A Framework for Comparative Analysis*, *Journal of Marketing*, V. 44, Summer, 1980, pp. 52-64.
- STRAVER, W.: *The Consumerist Movement in Europe: Challenges and Opportunities for Marketing Strategy*, *European Journal of Marketing*, V. 12, N. 4, 1978, pp. 316-325.
- SUÁREZ SUÁREZ, A.S.: *Diccionario de economía y administración*, McGraw-Hill Interamericana, Madrid, 1995.
- : *Decisiones óptimas de inversión y financiación en la empresa*, Pirámide, Edición Decimoséptima, Madrid, 1995.
- : *Orden económico y libertad*, Pirámide, Madrid, 1981.
- TAPSCOTT, D.; CASTON, A.: *Cambio de paradigmas empresariales*, McGraw-Hill Interamericana, Colombia, 1995.
- TAUGHAN, P.: *Mergers and Acquisitions*, Harper Collins, New York, 1991.
- TRESPALACIOS GUTIÉRREZ, J.: *El mercado único europeo y su repercusión en la distribución comercial. El caso de España*, *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, V. 1, N. 1, abril, 1992, pp. 35-42.
- UNIÓN DE DETALLISTAS ESPAÑOLES (UNIDE) S.COOP.: *Memoria 1994*, Madrid, 1995.
- : *Memoria 1993*, Madrid, 1994.
- VARELA GONZÁLEZ, J.A.: *Los agentes de ventas*, Ariel, Barcelona, 1991.
- VARGAS SÁNCHEZ, A.: *Las cooperativas de crédito españolas. Una aproximación empírica a algunos aspectos de su gestión*, *CIRIEC-España*, N. 21, 1995, pp. 7-21.
- : *La identidad cooperativa y la cooperativa como empresa: luces y sombras*, *Revista de Estudios Cooperativos (REVESCO)*, N. 61, 1995, pp. 179-191.
- VÁZQUEZ CASIELLES, R.: *El marco actual de las relaciones fabricante-distribuidor: Negociación y cooperación*, *Información Comercial Española*, N. 713, enero, 1993, pp. 89-99.
- : *El comportamiento del consumidor y la estrategia de distribución comercial: Una aplicación empírica al mercado de Asturias*, *Documento de Trabajo*, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Oviedo, 1992.
- VICENT CHULÍA, F.: *Perspectiva jurídica de la economía social en España*, *CIRIEC-España*, N. 2, octubre-diciembre, 1987, pp. 15-43.

- ; PAZ CANALEJO, N.: **Comentarios a la LEY de Cooperativas**, Civitas, Madrid, 1989.
- VIDAL, I.: *La economía social en España*, CIRIEC-España, N. 8, octubre, 1990, pp. 27-48.
- VIENNEY, G.: *Concepts et Champs de l'Economie Sociale*, **Revue des Études Cooperatives**, N. 9, 1983, pp. 50-68.
- VIVES, X.: *Conceptos y evidencia preliminar*, en X. VIVES; J. GUAL (Direc. y Coord.): **Concentración empresarial y competitividad: España en la CEE**, Ariel, Barcelona, 1990, pp. 23-52.
- WATKINS, W.P.: **L'Alliance Coopérative International 1895-1970**, ACI, London, 1971.
- WEISS, D.; CHIROUZE, J.: **Le Consumérisme**, Editions Sirey, Paris, 1984.
- WEST, A.: **Managing Distribution and Change. The Total Distribution Concept**, John Wiley & Sons, England, 1989.
- WILLIAMSON, O.E.: **Markets and Hierarchies. Analysis and Antitrust Implications**, The Free Press, New York, 1975.

NORMAS CITADAS

COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA: LEY 3/1996, de 17 de julio, por la que se modifican los artículos 5.4 y 8.1. de la Ley 9/1983, de 1 de diciembre, del Defensor del Pueblo Andaluz, **B.O.J.A.** del 18.

- : DECRETO 143/1989, de 20 de junio, por el que se modifica el Decreto 40/1989, de 1 de marzo, que regula las cofradías de pescadores y sus federaciones, **B.O.J.A.** del 23.
- : ORDEN de 10 de marzo de 1989, por la que se desarrolla el Decreto 40/1989, de 1 de marzo, que regula las cofradías de pescadores y sus federaciones, **B.O.J.A.** del 14.
- : DECRETO 40/1989, de 1 de marzo, por el que se regulan las cofradías de pescadores y sus federaciones, **B.O.J.A.** del 4.
- : LEY 9/1988, de 25 de noviembre, del Comercio Ambulante, **B.O.J.A.** del 7 de diciembre.
- : LEY 5/1985, de 8 de julio, de los Consumidores y Usuarios de Andalucía, **B.O.J.A.** del 16.
- : LEY 2/1985, de 2 de mayo, de Sociedades Cooperativas Andaluzas, **B.O.J.A.** del 4.
- : LEY 9/1983, de 1 de diciembre, del Defensor del Pueblo Andaluz, **B.O.J.A.** del 12.

COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ARAGÓN: REGLAMENTO de 6 de julio de 1990, de organización y funcionamiento del Justicia de Aragón, **B.O.A.** del 20.

- : LEY 9/1989, de 5 de octubre, de Ordenación de la Actividad Comercial en la Comunidad Autónoma de Aragón, **B.O.A.** del 16.
- : LEY 4/1985, de 25 de junio, reguladora del Justicia de Aragón, **B.O.A.** del 2 de julio.

COMUNIDAD AUTÓNOMA DE BALEARES: LEY 1/1993, de 10 de marzo, del *Sindic de Greuges*, de las Islas Baleares, **B.O.C.A.I.B.** del 12 de mayo.

COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CANARIAS: LEY 1/1985, de 12 de febrero, del Diputado del Común, **B.O.C.A.** del 15.

COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CASTILLA Y LEÓN: LEY 2/1994, de 9 de marzo, del Procurador del Común de Castilla y León, **B.O.Cy.L.** del 16.

COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CASTILLA-LA MANCHA: LEY 3/1995, de 9 de marzo, del Estatuto del Consumidor de Castilla-La Mancha, **D.O.C.M.** del 21 de abril.

COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CATALUÑA: LEY 14/1993, de 25 de noviembre, de modificación del Decreto Legislativo 1/1992, de 10 de febrero, por el cual se aprueba el texto refundido de la Ley de Cooperativas de Cataluña, **D.O.G.C.** del 3 de diciembre.

- : LEY 3/1993, de 5 de marzo, de Estatuto del Consumidor, **D.O.G.C.** del 12.
- : DECRETO LEGISLATIVO 1/1992, de 10 de febrero, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley de Cooperativas de Cataluña, **D.O.G.C.** del 2 de marzo.
- : LEY 23/1991, de 29 de noviembre, de Regulación del Comercio Interior, **D.O.G.C.** del 13 de enero de 1992.
- : DECRETO 152/1991, de 17 de junio, por el que se regulan las cofradías de pescadores, **D.O.G.C.** del 26 de julio.
- : LEY 1/1990, de 8 de enero, sobre Disciplina del Mercado y Defensa de los Consumidores y Usuarios, **D.O.G.C.** del 17.
- : LEY 12/1989, de 14 de diciembre, que modifica la Ley 14/1984, de 20 de marzo, del *Sindic de Greuges*, **D.O.G.C.** del 22.
- : LEY 16/1987, de 9 de julio, de creación del Instituto Catalán de Consumo, **D.O.G.C.** del 27.
- : LEY 7/1985, de 14 de mayo, por la que se crea el Instituto para la Promoción y Formación Cooperativas, **D.O.G.C.** del 24.
- : LEY 14/1984, de 20 de marzo, del *Sindic de Greuges*, **D.O.G.C.** del 28.
- : LEY 1/1983, de 18 de febrero, de regulación administrativa de determinadas estructuras comerciales y ventas especiales, **D.O.G.C.** del 25.

COMUNIDAD AUTÓNOMA DE EXTREMADURA: LEY 4/1995, de 20 de abril, de Cooperativas de Crédito, **D.O.E.** del 9 de mayo.

—: DECRETO 44/1995, de 18 de abril, de Estatuto de los Consumidores y Usuarios, **D.O.E.** del 25.

COMUNIDAD AUTÓNOMA DE GALICIA: LEY 8/1994, de 30 de diciembre, de creación del Instituto Catalán de Consumo, **D.O.G.** del 13 de enero de 1995.

—: LEY 3/1994, de 18 de julio, de modificación de la Ley 6/1984, de 5 de junio, del Valedor del Pueblo, **D.O.G.** de 1 de agosto.

—: LEY 9/1993, de 8 de julio, de normas reguladoras de las cofradías de pescadores, **D.O.G.** del 15.

—: LEY 10/1988, de 20 de julio, de Ordenación del Comercio Interior de Galicia, **D.O.G.** del 26 de agosto.

—: LEY 12/1984, de 28 de diciembre, del Estatuto Gallego del Consumidor y Usuario, **D.O.G.** del 1 de febrero de 1985.

—: LEY 6/1984, de 5 de junio, del Valedor del Pueblo, **D.O.G.** de 1 de agosto.

COMUNIDAD AUTÓNOMA DEL PAÍS VASCO: LEY 4/1993, de 24 de junio, de Cooperativas de Euskadi, **B.O.P.V.** del 19 de julio.

—: REGLAMENTO de organización y funcionamiento de la Institución del *Ararteko*, **B.O.P.V.** del 29 de diciembre de 1990.

—: LEY 3/1986, de 10 de febrero, que modifica el artículo 22 de la Ley 9/1983, de 19 de mayo, de Ordenación de la Actividad Comercial, **B.O.P.V.** del 14 de marzo.

—: LEY 5/1985, de 13 de junio, que modifica el artículo 22, de la Ley 10/1981, de 18 de noviembre, del Estatuto del Consumidor, **B.O.P.V.** del 27.

—: LEY 3/1985, de 27 de febrero, por la que se crea y regula la Institución del *Ararteko*, **B.O.P.V.** del 22 de marzo.

—: LEY 9/1983, de 19 de mayo, de Ordenación de la Actividad Comercial, **B.O.P.V.** del 31.

—: LEY 10/1981, de 18 de noviembre, de Estatuto del Consumidor para el País Vasco, **B.O.P.V.** del 2 de marzo de 1983.

COMUNIDAD AUTÓNOMA DE VALENCIA: LEY 3/1995, de 2 de marzo, de modificación de la Ley 11/1985, de Cooperativas de la Comunidad Valenciana, **D.O.G.V.** del 10.

—: DECRETO 7/1993, de 25 de enero, por el que se modifica el Reglamento orgánico y funcional de la Consejería de Agricultura y Pesca de la Generalitat de Valencia, **D.O.G.V.** del 2 de febrero.

—: LEY 11/1988, de 16 de diciembre, reguladora del Síndico de Agravios, **D.O.G.V.** del 30.

—: LEY 2/1987, de 9 de abril, del Estatuto de Consumidores y Usuarios de la Comunidad Valenciana, **D.O.G.V.** del 15 de abril.

—: LEY 8/1986, de 29 de diciembre, de Ordenación del Comercio y Superficies Comerciales, **D.O.G.V.** del 31.

—: LEY 11/1985, de 25 de octubre, de Cooperativas de la Comunidad Valenciana, **B.O.G.V.** del 31.

—: DECRETO 45/1984, de 16 de abril, por el que se crea el Instituto de Cooperativismo Agrario Valenciano, **D.O.G.V.** del 25 de mayo.

COMUNIDAD FORAL DE NAVARRA: LEY FORAL 12/1996, de 3 de julio, de Cooperativas de Navarra, **B.O.N.** del 19.

—: LEY FORAL 9/1994, de 21 de junio, reguladora del Régimen Fiscal de las Cooperativas, **B.O.N.** del 4 de julio.

COMUNIDADES EUROPEAS: Propuesta Modificada de la Comisión, de 6 de julio de 1993, del Reglamento (CEE) del Consejo por el que se establece el Estatuto de la Sociedad Cooperativa Europea, **D.O.C.E.** N. C 236 del 31 de agosto.

—: Propuesta Modificada de la Comisión, de 6 de julio de 1993, de Directiva del Consejo por la que se completa el Estatuto de la Sociedad Cooperativa Europea en lo que respecta al cometido de los trabajadores, **D.O.C.E.** N. C 236 del 31 de agosto.

- : REGLAMENTO (CEE) N. 4064/89 DEL CONSEJO, de 21 de diciembre de 1989, sobre el control de las operaciones de concentración entre empresas, **D.O.C.E.** N. L 395/1, del 30.
- : Tratado Constitutivo de la Comunidad Económica Europea, firmado en Roma el 25 de marzo de 1957, *Tratados Constitutivos de las Comunidades Europeas*, Bruselas, 1987, pp. 207-484.
- : REGLAMENTO (CEE) N. 2137/85 DEL CONSEJO, de 25 de julio de 1985 relativo a la constitución de una Agrupación Europea de Interés Económico (AEIE), **D.O.C.E.** N. L 199/1 del 31.
- : SÉPTIMA DIRECTIVA DEL CONSEJO, de 13 de junio de 1983, basada en la letra g) del apartado 3 del artículo 54 del Tratado, relativa a las cuentas consolidadas, **D.O.C.E.** N. L 193/1, de 18 de julio.

ESPAÑA: REAL DECRETO 1893/1996, de 2 de agosto, de estructura básica del Ministerio de Sanidad y Consumo, de sus organismos autónomos y del Instituto Nacional de la Salud, **B.O.E.** del 6.

- : REAL DECRETO 1888/1996, de 2 de agosto, de estructura básica del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, **B.O.E.** del 6.
- : INSTRUCCIÓN de 26 de junio de 1996, de la Dirección General de los Registros y Notariado, sobre la legalización de los libros y depósito de las cuentas de las entidades jurídicas, **B.O.E.** del 9 de julio.
- : REAL DECRETO-LEY 8/1996, de 7 de junio, de medidas urgentes sobre corrección de la doble imposición interna intersocietaria y sobre incentivos a la internalización de las empresas, **B.O.E.** del 8.
- : REAL DECRETO-LEY 7/1996, de 7 de junio, de medidas urgentes de carácter fiscal y de fomento y liberalización de la actividad económica, **B.O.E.** del 8.
- : ORDEN de 16 de abril de 1996 por la que se acuerda el nombramiento de los Vocales del Segundo Consejo de Consumidores y Usuarios, **B.O.E.** del 27.
- : LEY ORGÁNICA 2/1996, de 15 de enero, complementaria de la de Ordenación del Comercio Minorista, **B.O.E.** del 17.
- : LEY 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, **B.O.E.** del 17.
- : REAL DECRETO 2211/1995, de 28 de diciembre, por el que se modifica el Real Decreto 825/1990, de 22 de junio, sobre el derecho de representación, consulta y participación de los consumidores y usuarios a través de sus asociaciones, **B.O.E.** del 29 de enero de 1996.
- : LEY 43/1995, de 27 de diciembre, del Impuesto sobre Sociedades, **B.O.E.** del 28.
- : LEY 30/1995, de 8 de noviembre, sobre la Ordenación y Supervisión de los Seguros Privados, **B.O.E.** del 9.
- : LEY 21/1995, de 6 de julio, de Regulación de los Viajes Combinados, **B.O.E.** del 7.
- : LEY 2/1995, de 23 de marzo, de Sociedades de Responsabilidad Limitada, **B.O.E.** del 24.
- : LEY 11/1994, de 19 de mayo, por la que se aprueba el Estatuto de los Trabajadores, **B.O.E.** del 23.
- : REAL DECRETO 649/1994, de 15 de abril, por el que se aprueba el Reglamento Orgánico del Consejo del Instituto Nacional de Fomento de la Economía Social, **B.O.E.** del 14 de mayo.
- : LEY 1/1994, de 11 de marzo, sobre el Régimen jurídico, fiscal y financiero de las Sociedades de Garantía Recíproca, **B.O.E.** del 12.
- : LEY 21/1993, de 29 de diciembre, de Presupuestos Generales del Estado para 1994, **B.O.E.** del 30.
- : REAL DECRETO 636/1993, de 3 de mayo, por el que se regula el Sistema Arbitral de Consumo, **B.O.E.** 21.
- : ORDEN de 18 de marzo de 1993, por la que se prorroga y modifica la Orden de 29 de julio de 1992, que completa las bases reguladoras que han de regir la concesión por el Instituto Nacional de Fomento de la Economía Social de las ayudas y subvenciones con cargo al programa "Desarrollo Cooperativo", **B.O.E.** del 2 de abril.
- : REAL DECRETO 84/1993, de 22 de enero, por el que se aprueba el Reglamento de desarrollo de la LEY 13/1989, de 26 de mayo, de Cooperativas de Crédito, **B.O.E.** del 19 de febrero.
- : **Código Comercio**, Boletín Oficial del Estado, Colección de Textos Legales, Madrid, enero, 1993.
- : REAL DECRETO 1560/1992, de 18 de diciembre, por el que se aprueba la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE-93), **B.O.E.** del 22.

- : REAL DECRETO 1345/1992, de 6 de noviembre, por el que se dictan normas para la adaptación de las disposiciones que regulan la tributación sobre el beneficio consolidado a los grupos de sociedades cooperativas, **B.O.E.** del 5 de diciembre.
- : LEY 22/1992, de 30 de julio, de medidas urgentes sobre fomento del empleo y protección por desempleo, **B.O.E.** del 4 de agosto.
- : ORDEN de 29 de julio de 1992, por la que se completa las bases reguladoras que han de regir la concesión por el Instituto Nacional de Fomento de la Economía Social de las ayudas y subvenciones con cargo al programa "Desarrollo Cooperativo", **B.O.E.** del 13 de agosto.
- : LEY 10/1992, de 30 de abril, de Medidas Urgentes de Reforma Procesal, **B.O.E.** del 5 de mayo.
- : REAL DECRETO 1836/1991, de 28 de diciembre, por el que se determina la estructura orgánica básica y funciones del organismo autónomo Instituto Nacional de Fomento de la Economía Social, **B.O.E.** del 30.
- : LEY 26/1991, de 21 de noviembre, sobre contratos celebrados fuera de los establecimientos mercantiles, **B.O.E.** del 26.
- : LEY 12/1991, de 29 de abril, de Agrupaciones de Interés Económico, **B.O.E.** del 30.
- : LEY 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal, **B.O.E.** del 11.
- : LEY 31/1990, de 27 de diciembre, de Presupuestos Generales del Estado para 1991, **B.O.E.** del 28.
- : LEY 20/1990, de 19 de diciembre, sobre Régimen Fiscal de las Cooperativas, **B.O.E.** del 20.
- : REAL DECRETO 1211/1990, de 28 de septiembre, por el que se aprueba el Reglamento de la Ley 16/1987, de 30 de julio, de Ordenación del Transporte Terrestre, **B.O.E.** del 8 de octubre.
- : CIRCULAR N. 8/1990, de 7 de septiembre, a Entidades de Crédito, sobre transparencia de las operaciones y protección de la clientela, **B.O.E.** del 20.
- : REAL DECRETO 825/1990, de 22 de junio, sobre el derecho de representación, consulta y participación de los consumidores y usuarios a través de sus asociaciones, **B.O.E.** del 29.
- : REAL DECRETO LEGISLATIVO 1564/1989, de 22 de diciembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Sociedades Anónimas, **B.O.E.** del 27.
- : ORDEN de 12 de diciembre de 1989, sobre los tipos de interés y comisiones, normas de actuación, información a clientes y publicidad de las Entidades de Crédito, **B.O.E.** del 19.
- : LEY 19/1989, de 25 de julio, de reforma parcial y adaptación de la legislación mercantil a las Directivas de la Comunidad Económica Europea (CEE) en materia de sociedades, **B.O.E.** del 27.
- : LEY 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia, **B.O.E.** del 18.
- : LEY 13/1989, de 26 de mayo, de Cooperativas de Crédito, **B.O.E.** del 31.
- : REAL DECRETO 515/1989, de 21 de abril, sobre la protección de los consumidores en cuanto a la información a suministrar en la compraventa y arrendamiento de viviendas, **B.O.E.** del 17 de mayo.
- : LEY 36/1988, de 5 de diciembre de 1988, de Arbitraje, **B.O.E.** del 7.
- : REAL DECRETO 1468/1988, de 2 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento de etiquetado, presentación y publicidad de los productos industriales destinados a su venta directa a los consumidores y usuarios, **B.O.E.** del 8.
- : LEY 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, **B.O.E.** del 15.
- : LEY 32/1988, de 10 de noviembre, de Marcas, **B.O.E.** del 12.
- : REAL DECRETO 1122/1988, de 23 de septiembre, por el que se aprueba la norma general de etiquetado, presentación y publicidad de los productos alimenticios envasados, **B.O.E.** del 4 de octubre.
- : LEY 26/1988, de 29 de julio, sobre Disciplina e Intervención de las Entidades de Crédito, **B.O.E.** del 30.
- : ORDEN de 18 de mayo de 1988, por la que se regulan diversas ayudas a Cooperativas y Sociedades Anónimas, **B.O.E.** del 7 de junio.
- : RESOLUCIÓN de 29 de abril de 1988, por la que se regula la concesión de subvenciones en concepto de renta de subsistencia para desempleados que adquieran la condición de socios trabajadores de una Cooperativa, **B.O.E.** del 7 de junio.
- : CIRCULAR N. 24/1987, de 21 de julio, sobre la organización y funcionamiento del Servicio de Reclamaciones del Banco de España, **B.O.E.** del 10 de agosto.

- : ORDEN de 6 de abril de 1987, por la que se complementa el programa de apoyo al empleo y aprueba el Plan para 1987 de Formación, Difusión y Fomento de Cooperativismo y de la Economía Social, **B.O.E.** del 10.
- : LEY 3/1987, de 2 de abril, General de Cooperativas, **B.O.E.** del 8.
- : ORDEN de 3 de marzo de 1987, sobre la liberalización de tipos de interés y comisiones y sobre normas de actuación de las Entidades de Depósito, **B.O.E.** del 5.
- : REAL DECRETO 1882/1986, de 29 de agosto, relativo a la aplicación de los artículos 85 y 86 del Tratado Constitutivo de la Comunidad Económica Europea de 25 de marzo de 1957, **B.O.E.** del 15 de septiembre.
- : LEY 15/1986, de 25 de abril, de Sociedades Anónimas Laborales, **B.O.E.** del 30.
- : ORDEN de 21 de febrero de 1986, por la que se establecen diversos programas de apoyo a la creación de empleo, **B.O.E.** del 27.
- : REAL DECRETO 2615/1985, de 4 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento de Entidades de Previsión Social, **B.O.E.** del 15 de enero.
- : REAL DECRETO 1348/1985, de 1 de agosto, por el que se aprueba el Reglamento de Ordenación del Seguro Privado, **B.O.E.** del 3, 5 y 6.
- : REAL DECRETO 1044/1985, de 19 de junio, por el que se regula el abono de la prestación por desempleo en su modalidad de pago único por el valor actual de su importe como medida de fomento de empleo, **B.O.E.** del 2 de julio.
- : LEY 26/1984, de 19 de julio, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, **B.O.E.** del 24.
- : SENTENCIA DEL TRIBUNAL CONSTITUCIONAL N. 72/1983, de 29 de julio, en relación con el Recurso de Inconstitucionalidad N. 201/82, interpuesto por el Presidente del Gobierno contra la LEY 1/1982, de 11 de febrero, del Parlamento Vasco, **B.O.E.**, del 18 de agosto.
- : LEY 18/1982, de 26 de mayo, sobre régimen fiscal de Agrupaciones y Uniones Temporales de Empresas y de Sociedades de Desarrollo Regional, **B.O.E.** del 9 de junio.
- : REAL DECRETO 1776/1981, de 3 de agosto, por el que se aprueba el Estatuto que regula las Sociedades Agrarias de Transformación, **B.O.E.** del 14.
- : LEY ORGÁNICA 3/1981, de 8 de abril, del Defensor del Pueblo, **B.O.E.** del 7 de mayo.
- : CONSTITUCIÓN ESPAÑOLA, **B.O.E.**, del 28 de diciembre de 1978.
- : ORDEN de 20 de julio de 1978, por la que se determinan los requisitos que ha de exigir el Instituto Nacional de Consumo para incluir en el censo a las Organizaciones de Consumidores, **B.O.E.** del 5 de agosto.
- : DECRETO 670/1978, de 11 de marzo, por el que se regula la creación y reconocimiento de las cofradías de pescadores, **B.O.E.** del 12 de abril.
- : REAL DECRETO-LEY 31/1977, de 2 de junio, sobre la extinción de la sindicación obligatoria, reforma de estructuras sindicales y reconversión del Organismo Autónomo Administración Institucional de Servicios Socio-Profesionales, **B.O.E.** del 8.
- : DECRETO 1440/1965, de 20 de mayo, sobre normas complementarias a la Ley de Asociaciones, **B.O.E.** del 7 de junio.
- : LEY 191/1964, de 24 de diciembre, Ley Reguladora de Asociaciones, **B.O.E.** del 28.